Turismo: ¿truco o trato?

Políticas públicas y urbanas para el turismo de masas

Carlos Hernández Pezzi





Turismo: ¿truco o trato?

Políticas públicas y urbanas para el turismo de masas

Carlos Hernández Pezzi







Índice



CARLOS HERNÁNDEZ PEZZI

Doctor en Arquitectura especializado en ciudades, perspectiva de género, sostenibilidad, rehabilitación y cambio climático. Ha participado en diversos proyectos de arquitectura, planes urbanísticos y estratégicos. Fue presidente

del Consejo Superior de los Colegios de Arquitectos de España (2002-2009) y concejal del Ayuntamiento de Málaga (2011-2015). También ha sido profesor en diversas universidades. Ha escrito numerosos artículos y libros, entre los que destacan José María García de Paredes, Amnesia urbana, La ciudad compartida, Ciudades contra burbujas, La textura de la corteza y Alternativas a la ciudad caótica.

Carlos Hernández Pezzi

Turismo: ¿truco o trato?

POLÍTICAS PÚBLICAS Y URBANAS PARA EL TURISMO DE MASAS





TURISMO: ¿TRUCO O TRATO?
POLÍTICAS PÚBLICAS Y URBANAS PARA EL TURISMO DE MASAS

DISEÑO DE CUBIERTA: PABLO NANCLARES

ARCS, 1
08002 BARCELONA
WWW.FUNDACION.ARQUIA.ES

FUENCARRAL, 70
28004 MADRID
TEL. 91 532 05 04
FAX. 91 532 43 34
WWW.CATARATA.ORG

ISBN (ARQUIA): 978-84-697-6615-6
ISBNE: 978-84-1067-023-5
ISBN (CATARATA): 978-84-9097-412-4
DEPÓSITO LEGAL: M-2.161-2018
IBIC: AM/RP/KNSG

LA EDICIÓN DE ESTA PUBLICACIÓN HA SIDO PATROCINADA POR ARQUIA BANCA.

COLECCIÓN EDITADA CONJUNTAMENTE POR FUNDACIÓN ARQUIA
Y LOS LIBROS DE LA CATARATA



A mis hijas y a mis hermanas

INTRODUCCIÓN
EL TURISMO YA NO ES LO QUE ERA ANTES DE 2008

La presente obra es un ensayo sobre urbanismo y sociología en el contexto actual de turismo de masas en el que los destinos turísticos están regidos por operadores de transporte y alojamiento a través de plataformas digitales y nuevas tecnologías de reservas. Así, las tecnologías de tipo *blockchain* para el turismo cultural masivo y de bajo coste han trastocado las relaciones entre las ciudades y el turismo.

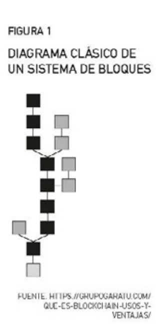
Es un error habitual relacionar el turismo con la inteligencia de las ciudades y su sostenibilidad, a pesar de desconocerse tanto las ventajas como los inconvenientes de estas tecnologías disruptivas[1]. La intención de este libro es profundizar en este tema para aumentar la comprensión sobre el fenómeno turístico y su evolución. Para ello, está estructurado en diez capítulos y un anexo amplio de crítica e información, datos globales y estadística que toma el turismo de masas como objeto de análisis, para después explorar en torno al "modelo Málaga", una ciudad que hasta hace poco no era propiamente una turística y, de repente, se ha convertido en "ejemplo paradigmático de éxito" como ciudad de "turismo cultural e inteligencia urbana". El epílogo resume las condiciones urbanas globales de las políticas urbanas y las de Málaga en particular.

Si se tratara de una novela, el título de este texto jugaría al despiste del lector, pues estaríamos utilizando tretas para encubrir lenguajes criptográficos, como veremos después. Si se tratara de urbanismo tradicional, la aventura de investigación se acabaría pronto porque este corre a su obsolescencia, en tanto que el urbanismo digital carece de recorrido. Si se tratara de ciudades, paraísos fiscales *off-shore* y grandes negocios, tal vez se atraparía al instante la atención de los interesados. Intentaremos hablar de matemáticas cifradas y otras cuestiones de tecnología aplicada, eso sí, sin que se note demasiado que estamos al inicio de una nueva era en el urbanismo del turismo, para el que las ciudades carecen de medios y preparación técnica suficiente.

Desde una posición crítica ante la tendencia global de tantas ciudades en el mundo, se empieza por asumir una noción que parece estar en declive, la de las *políticas urbanas*. En concreto, hablar ahora de políticas públicas y de su evaluación es algo sorprendentemente raro, extravagante. Parece que "lo público" no está de moda y menos aún las políticas urbanas de "lo público". La reorientación de las políticas liberales de desregulación urbana extendida a partir de los años ochenta ha tenido, 25 años después, con la crisis mundial de 2008, un rearme intelectual y financiero que ha extremado las políticas neoliberales seguidas por gobiernos locales y países de distinto signo. Tras la recesión y en el momento de la recuperación económica, en las ideas y los sectores tradicionalmente apegados a las tendencias de consumo material y climático del planeta, se han redoblado sus esfuerzos por llevar las ciudades a una carrera de explotación y saqueo de rentas y derechos de la mayoría de ciudadanos basada en antiguos y renovados supuestos.

Es un hecho que el capitalismo ha aprendido a desprenderse de sus reglas, a desregularse con mayor denuedo y eficacia. Los grupos financieros y las multinacionales de mayor impacto en los sectores de transporte, construcción, turismo y distribución logística, entre otros como energía, alimentación y salud, han concentrado sus grupos y centralizado sus acciones bursátiles, a la vez que modernizaban su aparato informacional y se apuntaban a la invención de nuevas aplicaciones con base en la telefonía móvil y los dispositivos asociados a ella, cada vez más potentes e integrados en redes de mercado virtuales extendidas a todos los ámbitos. La globalización ha dado un auge inesperado a la concentración empresarial y al uso global de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En el sector turístico global, entre muchos otros efectos secundarios y colaterales cobran fuerza las plataformas de datos, reservas y paquetes de viajes, que tienen un gran impacto en esta gran industria contemporánea —por ejemplo, su peso "industrial" sobre el PIB de la UE alcanza cifras en torno al 10%—, pero también en las ciudades que lo alojan.

La irrupción de la tecnología *blockchain* y su aplicación al sector turístico son ya un hecho y se generalizan a toda velocidad en todo el mundo.


FIGURA 1
DIAGRAMA CLÁSICO DE UN SISTEMA DE BLOQUES

FUENTE. HTTPS://GRUPOGARATU.COM/QUE-ES-BLOCKCHAIN-USOS-Y-VENTAJAS/

CUADRO 1

LA TECNOLOGÍA 'BLOCKCHAIN' (O CADENA DE BLOQUES)

Consiste en una base de datos compartida que funciona como un libro para el registro de operaciones de compra-venta o cualquier otra transacción. Los apuntes "están en una base de datos compartida online en la que se registran mediante códigos las operaciones, cantidades, fechas y participantes. Al utilizar claves criptográficas y al estar distribuido por muchos ordenadores [personas] presenta ventajas en la seguridad frente a manipulaciones y fraudes". "Todos los bloques que conforman la cadena tienen un hash [contraseña numérica] del bloque anterior, los bloques se ordenan en la cadena por orden cronológico; gracias a ese hash todos los bloques están referenciados por el bloque que los creó, por lo que solo los bloques que contienen un hash válido son introducidos en la cadena y replicados a todos los nodos. Gracias a este sistema, es prácticamente imposible modificar un bloque que ha estado en la cadena durante un tiempo determinado".

"Las principales ventajas de esta tecnología son:

• intercambio sin intermediación de terceros: es posible el intercambio entre dos partes sin la intermediación o supervisión de terceros, reduciendo riesgos considerablemente;

• fortaleza y fiabilidad: blockchain puede resistir ataques maliciosos mejor, ya que carece de punto central débil, al utilizarse redes descentralizadas;

• datos de alta calidad: los datos bajo blockchain están ampliamente disponibles, son exactos, privados, completos y llegan siempre a tiempo, mejorando su integridad;

• usuarios más capacitados: los usuarios pueden controlar todas sus transacciones e información;

• integridad del proceso: los usuarios pueden tener la tranquilidad de que sus transacciones serán ejecutadas exactamente como marque el protocolo, sin necesidad de que supervisen terceros;

• transparencia e inmutabilidad: cualquier modificación a blockchains públicos puede ser vista públicamente por cada parte, asegurando transparencia. Cada transacción es inmutable y no puede ser eliminada o modificada;

• simplificación del sistema contable: al añadir cada transacción a una simple contabilidad pública, reducimos la complejidad de múltiples contabilidades;

• transacciones eficientes: blockchain otorga mayor seguridad, rapidez y eficacia. Esta productividad hace que se reduzcan gastos generales y costes intermediarios innecesarios, al requerir menos seguimiento y control".

Es la base tecnológica del funcionamiento de criptomonedas como el bitcoin[2], por ejemplo, que ha supuesto una auténtica revolución en las finanzas. Criptomoneda es un concepto que abarca varios. El Banco Central Europeo (BCE) definió en 2012 "moneda virtual" como "un tipo de dinero no regulado, digital, que se emite y por lo general controlado por sus desarrolladores, y utilizado y aceptado entre los miembros de una comunidad virtual específica. "Moneda digital", sin embargo, es una forma de moneda virtual que se crea y se almacena electrónicamente. Las criptomonedas son un tipo de moneda digital, pero no las únicas. Las criptomonedas son, por tanto, un subconjunto de las monedas digitales basadas en la criptografía[3].

Esta tecnología tiene una influencia determinante en los campos económicos, que han acogido con entusiasmo la economía distributiva en sus formulaciones *peer to peer* —en español, "entre pares", "punto a punto" o "de igual a igual", propio de las redes—. Esta revolución es cada vez más perceptible desde 2009, ya que ha alterado avasalladoramente las transacciones comerciales de la industria 4.0[4] y otros sectores en proceso de globalización.

Sus efectos son visibles en las economías urbanas y regionales, pero las ciudades no cuentan con medios para hacer frente a gigantescas bases de datos[5], lo cual produce enormes ventajas en el uso directo de información distribuida y afecta al sector turístico, en el que es clave la intermediación[6], entre otras muchas funciones que la globalización ha trastocado.

También han cambiado los referentes culturales. El turismo ya no es lo que era antes de 2008. Tampoco lo que era en sus inicios, el turismo de masas del primer desarrollismo. Ni siquiera se ha evaluado el cambio desde 2007. Uno de los principales investigadores de la economía del turismo en la UE, el profesor y consultor Romano Toppan[7], cuestionaba si la economía del turismo podía convertirse en un "paradigma alternativo de desarrollo". Sus dudas y análisis quizá tuvieran ahora un posicionamiento distinto en cuanto a varios factores: "alto nivel" o "bajo coste", o en cuanto a la posibilidad de "tendencias hacia monopolios", la producción de "componentes tangibles o intangibles", la innovación como "indicador", requisito o vía al lucro, el debate sobre propiedad, posesión o "alquiler en turismo" como características y también acerca de las formas o porcentajes de distribución o reparto de

"beneficios", si se redistribuye.

Para saber qué cambios se han producido, se ha de estudiar la repercusión en el reconocimiento de "marcas de ciudad", el nuevo papel del patrimonio y los monumentos en una época de turismo de multitudes e individuos "monitorizados", descentralizado de la eclosión de algoritmos que "orientan" o claramente dirigen hacia los destinos turísticos preseleccionados. Todo ello implica investigar y divulgar los acontecimientos que se aceleran hoy en día, en 2018, para detallar con precisión los cambios de escala que la globalización del turismo ha impuesto a los centros históricos urbanos. Las ventajas destacadas por los estudios de la tecnología *blockchain* apuntan a la desintermediación, de empresas, de mediadores, de opiniones y valoraciones, muy difícil de conseguir, pero también dedicada a incentivar el turismo con monedas locales, o unidades de divisas, creación de mercados secundarios de servicios turísticos o fomentar medios de pago con monedas digitales creadas exprofeso: la gestión digital es un arma de doble filo, sin duda con grandes aspectos positivos, pero las ciudades están mal preparadas para hacer frente a esta escalada acelerada de globalización económica. El cierre del bucle lo constituye el universo que ejemplifica el término *smart* y el "destino turístico inteligente", que son las nuevas etiquetas de promoción bajo el paradigma de la sostenibilidad o las nuevas tecnologías. De otro lado, encontramos la "sostenibilidad" del turismo o su ambiguo carácter de paradigma económico alternativo que, paradójicamente, se ha convertido paulatinamente en la industria "posfordista" del siglo XXI, casi por antonomasia.

Desde el punto de vista del urbanismo como disciplina, se han de analizar los nuevos y expandidos efectos urbanos de los impactos turísticos, entre

otros, la extensión de la gentrificación, junto con la exclusión de jóvenes a la emigración y de antiguos residentes a las periferias. El turismo es masivo y se ha expandido a todas partes, produce beneficios y estragos en los paisajes donde tiene lugar, también en casi todos los alrededores de sus entornos principales y periféricos. Mueve millones de personas y de capitales de toda procedencia. Cambia los mercados de vivienda y suelo, los de alquiler y concesión pública, las infraestructuras, los servicios y las prioridades. El turismo ha capitalizado la crisis y ha asegurado su diversificación en casi todas las grandes ciudades, que carecen de planificación urbanística y económica para acompasarse a su rápida expansión y a su incremento de flujos masivos. El fin de la intermediación, o la desaparición de las empresas de intermediación, se puede considerar positivo o negativo, según se contemplen los factores de la intervención en el ahorro y el destino final de los beneficios del mercado turístico, bajo la amplia cobertura del paraguas de la economía distribuida, en sus formas colaborativas, sobre la estructura de concentración creciente de la era de la información. Muchas de estas fuentes de ingresos están deslocalizadas, pero las ciudades son las que finalmente mantienen el anclaje a los espacios y tiempos reales.

La industria turística cada vez se va entendiendo más como factoría de consumos polivalentes y descentralizados, que se basan también en una racionalización extrema de los beneficios, con tarifas controladas desde pocos puntos y con gran competitividad en el retorno de las inversiones a origen. El proceso mundializado es tan potente que abarca diversas tipologías turísticas de viajeros, ciudades, destinos combinados y clases de transporte, hoteles y formas de ocio, cultura, deporte, formación, negocios o congresos. Eso lleva a

preguntarse por la manera de mejorar los impactos urbanos y los daños colaterales que produce el fenómeno turístico, las causas probables o los efectos positivos inducidos en las poblaciones y ciudades afectadas. También ha cambiado la percepción y el manejo de los monumentos, la gestión de los centros históricos y las condiciones en que se desenvuelve en el marco de comunicaciones virtuales, realidad aumentada y uso universal de los teléfonos móviles, tabletas, ordenadores y comunicaciones digitales, lo que supone un proceso constante de innovación que lo convierte en uno de los sectores productivos más avanzados del mundo, con organizaciones globales —como la Organización Mundial del Turismo (OMT)—, I+D+i, aplicaciones, redes y plataformas de conexión inexistentes hace diez años.

CUADRO 2

10 TENDENCIAS TECNOLÓGICAS EN LA TRANSFORMACIÓN DEL TURISMO

- **Dispositivos móviles.**
- **Aplicaciones móviles (que faciliten la experiencia con la ciudad).**
- **Internet de las cosas.**
- **Big data/personalización de servicios (capacidad para almacenar la cantidad de datos que genera el turismo inteligente).**
- **Open data (aumento de la transparencia y participación ciudadana).**
- **Ciudades inteligentes (smart cities).**
- **Destinos inteligentes (smart destinations).**
- **Geoposicionamiento y beacons.**
- **Seguridad.**
- **Otras tendencias tecnológicas: drones, robots, cloud computing y realidad virtual.**
- **Nuevos métodos de pago.**
- **Oficinas de información turística del siglo XXI (con gran capacidad tecnológica y capaces de comercializar destinos en tiempo real).**
- **Wifi gratuito (cada vez en un mayor número de rincones de la ciudad y aumentando la banda ancha).**
- **Códigos QR (aumentando la interacción ágil entre el turista y el destino, con información importante cargada en los mismos).**

• Sistemas de geolocalización (localización de los lugares más importantes a visitar).

• Técnicas de videomapping, holografía, etc. (enriquecer la experiencia cultural del turista).

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

FIGURA 2
'RANKING' DE COMPAÑÍAS MUNDIALES

NºCOMPAÑÍA		CAPITAL BURSÁTIL (EN BILLONES DE DÓLARES)
1	Priceline Group	56,06
2	Walt Disney	49,76
3	Las Vegas Sands	43,68
4	Delta Air Lines	39,39
5	American Airlines Group	38,32
6	Carnival Corporation	35,75
7	Southwest Airlines	27,59
8	Hilton Worldwide	24,65
9	United Continental	24,0
10	Galaxy Entertainment	21,66
11	Marriott International	21,21
12	Royal Caribbean Cruises	18,47
13	Host Hotels & Resorts	17,79
14	Amadeus	17,15
15	Ryanair	15,36

FUENTE: HTTPS://WWW.HOSTELTUR.COM/160750_15-COMPANIAS-TURISTICAS-GRANDES-MUNDO.HTML

Pese a la existencia de la Costa del Sol como territorio turístico y de marca

renombrada, Málaga es un ejemplo de cómo se ha desarrollado muy recientemente la vocación de ciudad estratégica, turística, tecnológica, cultural y económica en torno a este cambio, con arreglo a las tendencias más comunes al fenómeno turístico, considerado como vacuna o pandemia, según se estudien sus impactos positivos o negativos desde una visión u otra. Y también es un ejemplo cómo lo ha hecho con aciertos y errores, sonoros éxitos y rotundos fracasos, como la apuesta por la capitalidad europea de la cultura 2016, una candidatura lanzada hace más de veinte años, que se apoyó y retomó muchos después, casi en los límites temporales de la presentación de la candidatura, pero que finalmente fue ganada por San Sebastián, que también es frecuente objeto de estudio por expertos y grupos de investigación universitaria.

San Sebastián fue desde el siglo pasado siempre una ciudad turística, pero alcanzó altos niveles de calidad urbana y sostenibilidad con Odón Elorza, concejal desde 1979 en la primera elección democrática municipal en España desde Franco y luego alcalde, con distintas mayorías entre 1991 y 2011. Muchos años de violencia y miedo en una ciudad que siempre fue destino tradicional, turístico y cultural, hasta llegar a ser Capital Europea de la Cultura en 2016. Se trata de un caso de éxito, de estudio, a la vez que se ha convertido en una de las referencias de la incipiente "turismofobia" local, que es el fenómeno más publicitado del verano de 2017 y que merece estudios aparte.

Más difícil resulta establecer la sostenibilidad del "modelo malagueño", si es que se puede llamar así. En primer lugar, hay que hacer notar el clima, las circunstancias específicas de su aparición y desarrollo y la indiscutible

disponibilidad de unas ventajas importantes en materia de museos, festivales, ferias y elementos de entorno, la Costa del Sol, el puerto, aeropuerto y tren de alta velocidad que implican también una influencia positiva en el *hinterland* litoral y regional, otorgándole una posición líder. Posición que debería compaginarse con las redes de ciudades que pueden contribuir a un crecimiento más equilibrado y sostenible de la comunidad mediterránea y de Andalucía en general. Los lazos con Marruecos y Portugal son extensos y constituyen parte de las fortalezas a acrecentar y asegurar.

El mundo se mueve con geoestrategias poderosas y cambiantes. La economía mundial atraviesa procesos de concentración y cambios sustanciales en la geopolítica, las migraciones y los conflictos multipolares. El turismo global también se mueve sin fin, pese a las preferencias destacables o más estabilizadas —el flujo de los países anglosajones y europeos, los emergentes flujos turísticos de Rusia y Asia— y la evolución de conflictos en la misma ribera del Mare Nostrum. El desplazamiento de destinos debido al cambio climático, la pobreza junto con la crisis del agua, los refugiados y las guerras son elementos variables, que han de estudiarse siempre en conjunto dentro de las estrategias urbanas.

Según noticias del 16 de octubre de 2017, el presidente del Parlamento Europeo, Antonio Tajani, "ha pedido a la Comisión Europea (CE) un cambio de estrategia que incluya una nueva partida presupuestaria específica para el turismo, un sector que supone el 10% del PIB de la UE y es ya la tercera industria de Europa, y ha reconocido que las instituciones europeas deben 'hacer algo más' en esta materia y coordinarse"[8]. Pero no hay medidas de coordinación tecnológica capaces de adelantarse a y de la incorporación de

las plataformas digitales de reservas y su "monetarización" específica, creciente a través de divisas virtuales, digitales o concertadas ante los flujos principales. La rápida inserción de *blockchain* en las concentraciones hoteleras es un hecho palpable con consecuencias imprevisibles a medio y largo plazo (véase el caso de la cadena TUI con su modelo BedSwap).

TUI[9] siempre es un "buen ejemplo de un negocio que se desarrolló en la era analógica y ha prosperado en la digital […] Su adopción inicial del *blockchain* muestra confianza en esta tecnología específica, pero también su enfoque proactivo hacia una evolución tecnológica de su modelo de negocio". Compras y ventas, concentraciones de activos y capital y renombramiento o refuerzo de marcas aceleran los procesos de mundialización financiera del sector turístico.

Esto explica meridianamente que

la decisión de vender Hotelbeds Group ("TUI vende Hotelbeds a Cinven y CPPIB por 1.191 millones de euros" y "Cinven y CPPIB completan la adquisición de Hotelbeds Group") y Travelopia ("TUI vende Travelopia al fondo KKR por 381 millones de euros") respondía a su deseo de crear una estructura vertical para el negocio en la que el contenido (sus propios activos como hoteles y cruceros) fueran el principal foco de beneficio para la compañía. En este sentido la venta de Hotelbeds a Cinven por 1.200 millones de euros en abril de 2016 se debió a que cree que la aparición del *blockchain* era una amenaza al modelo de negocio de los bancos de camas, y de hecho de todos los intermediarios.

CUADRO 3

LAS IDEAS PRINCIPALES DEL INFORME UNWTO TOURISM HIGHLIGHTS

- **El término "turismo de masas" fue popularizado entre los años 1950 y 1970, cuando el número de turistas internacionales se incrementó al doble cada siete años.**
- **Turismo: clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar.**
- **Un número cada vez mayor de destinos en todo el mundo se han abierto e invertido en el turismo, convirtiéndolo en un motor clave del progreso socioeconómico a través de la creación de empleos y**

empresas, ingresos de exportación y desarrollo de infraestructuras.

• Durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado expansión y diversificación continuas para convertirse en uno de los sectores económicos más grandes y de más rápido crecimiento en el mundo.

• Han surgido muchos nuevos destinos además de los favoritos tradicionales de Europa y Norteamérica. El turismo ha tenido un crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de los choques ocasionales, lo que demuestra la fortaleza y la resistencia del sector.

• Las llegadas de turistas internacionales han aumentado de 25 millones a nivel mundial en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000 y 1.235 millones en 2016.

• Asimismo, los ingresos por turismo internacional devengados por destinos en todo el mundo han aumentado de 2.000 millones de dólares en 1950 a 104.000 millones en 1980, 495.000 millones en 2000 y 1.220 millones en 2016.

• El turismo es una categoría importante del comercio internacional de servicios. Además de los ingresos obtenidos en destinos, el turismo internacional también generó 216.000 millones de dólares en exportaciones a través de servicios de transporte internacional de pasajeros prestados a no residentes en 2016, elevando el valor total de las exportaciones turísticas a 1,4 billones de dólares de promedio en un día genérico.

FUENTE: UNWTO TOURISM HIGHLIGHTS, 2017 EDITION, DISPONIBLE EN HTTP://WWW.E-UNWTO.ORG/DOI/BOOK/10.18111/9789284419029

Este resumen apretado de una estrategia que cambia radicalmente un modelo de negocio tan potencialmente paradigmático como el de TUI explica a las claras los procesos de concentración, la formación de beneficio en torno a paquetes de activos de hoteles y cruceros y la drástica supresión de intermediarios. En el capítulo 4 de este libro, se explica la optimización tarifaria evolucionada hasta el *yield management*, aplicada en líneas aéreas, y *revenue management*, utilizada en establecimientos hoteleros. Cambios de perspectiva y estructura económica de indudable influencia. Procesos a los que no pueden ser ajenas las ciudades que son afectadas por el nuevo modelo de flujo económico e impacto turístico que está adoptando este sector industrial, en pleno proceso de innovación tecnológica 4.0, de cuya interacción mutua, de momento, están excluidos o resultan pasivos los destinos urbanos implicados.

Esta obra, a la vez iniciática y programática sobre el turismo de masas y las políticas urbanas, pretende ser una primera guía de vías de investigación aplicada a un proceso que tiene infinidad de posibilidades de estudio y ramificaciones; tanto en innovación turística como socioeconómica y urbanística para las ciudades que lo protagonizan.

La de Málaga es, por esto y por muchas razones de tipo empírico, una experiencia interesante de conocer y divulgar. Es una ciudad referente en museos, puerto y aeropuerto, bases de operadores turísticos, hoteles, resorts, etc.; alberga un dinámico parque tecnológico de referencia, el Parque Tecnológico de Andalucía. Se trata de un caso prototípico de ciudad emergente en tecnología, turismo y cultura. A ese objetivo clarificador, local y global, se quiere destinar el presente trabajo, mostrando cómo Málaga se inserta en una corriente mundial de la que no es sino una pieza singular que se está convirtiendo en referencia.

CAPÍTULO 1

EL TURISMO NO MATA LA CIUDAD, PERO SÍ DEJA SECUELAS[10]

El fenómeno turístico ha puesto de manifiesto el atraso de las políticas municipales frente a la acción vertiginosa de los operadores turísticos. En un país que recibe 84 millones de turistas al año en 2017 y tiene casi 7.900 km de costa, las políticas urbanas para afrontar el turismo de masas en las ciudades han de sufrir un cambio profundo si quieren liderar procesos alternativos a la ocupación hotelera, residencial y de servicios de los centros.



FIGURA 3
EL TURISMO 'SOL Y PLAYA' EN ESPAÑA

FUENTE: HTTPS://ES.SLIDESHARE.NET/NURIAESMET/TRABAJO-SOBRE-EL-TURISMO-DE-SOL-Y-PLAYA.

La irrupción del fenómeno de los hoteles de bajo coste, los apartamentos turísticos legales e ilegales, el alquiler informal[11]; la ocupación de vía pública, espacios públicos y entornos monumentales, la gentrificación de áreas centrales y la "tematización" consumista de los centros históricos mediante la eliminación del comercio tradicional y la población residente no son procesos nuevos, pero han pillado desprevenidos a los ayuntamientos por la fuerza emergente de las plataformas en redes de servicios geolocalizados —de alquiler y prestación de servicios que operan paradójicamente fuera de la ciudad de origen o destino—, utilizando datos con coberturas continentales

o transfronterizas; actuando, además, ajenas a la mayoría de las regulaciones fiscales, estatales o regionales y a las ordenanzas municipales. Esto las convierte en potentes amenazas reales para los límites normales de cualquier tipología turística que se considere mínimamente sostenible o responsable.

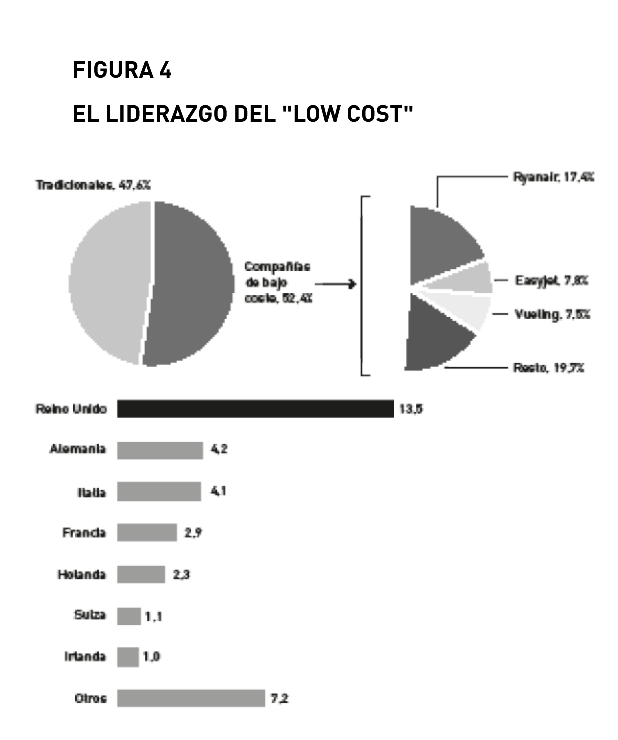
Contribuye al auge del turismo masivo la cultura dominante que, precisamente, no considera que haya que poner límites a la principal industria de España, si somos el tercer país del *ranking* mundial del turismo, y tampoco a la principal industria del mundo en términos de consumidores y divisas generadas. Las cifras son tan elocuentes que acallan cualquier crítica, por muy sensatamente que se plantee. Los datos de 2016 señalan 1.235 millones de turistas y divisas por 1.220 millones de dólares. Los diez primeros países son Francia, Estados Unidos, España, China, Italia, Turquía, Alemania, Reino Unido, México y Rusia. Como industria global, el turismo se mueve con mecanismos informáticos 4.0.

En España, la política impulsada por el Ministerio de Industria, Turismo y Agenda Digital apunta a la idea de planificación "nacional", que se fundamenta en que la racionalización de las telecomunicaciones aplicada al turismo puede consolidar destinos turísticos inteligentes, en lo que es una especie de mercantilización "fordiana" de la sociedad de la información, ya que trata las interacciones de las TIC como si fueran el objeto último de un producto en serie sometido a la lógica de las cadenas de montaje de la Revolución Industrial, lo que —de alguna manera— se está fomentando con el modelo de negocio *peer to peer* que reordena toda la estructura digital del proceso de gestión de las grandes corporaciones turísticas.

En efecto, la concentración de operadores, la fijación de precios, la

rotación anual y el flujo turístico “de 360º” son condicionantes de importancia. Las ciudades han asumido, de golpe, el objetivo de la inteligencia urbana basada en la noción de *smart city*, propia de las soluciones urbanas de las grandes corporaciones como IBM y de la posición entreguista o acrítica ante el *big data*, el *open data*, wifi, *apps* y códigos QR, mediante la extensión de las tecnologías “disruptivas” *blockchain* y las unidades de divisas tipo *bitcoin* o *ad hoc* aplicadas a la promoción por puntos, a la asistencia a celebración de eventos, o la fijación de destinos en función de las demandas de la industria del transporte integrado directamente con el turismo.

FIGURA 4
EL LIDERAZGO DEL "LOW COST"



La aparición y proliferación de paquetes turísticos integrales de “hotel móvil” que representan los cruceros, con su relativa independencia del soporte urbano y del transporte terrestre o aéreo, hacen el resto en lo que se

refiere a la concertación de factores de transacción en plataformas de cadenas de bloques. Son llamativas las crisis de los operadores aéreos de la nueva coyuntura: Air Berlin, Monarch Airlines y Ryanair son, entre otros, ejemplos visibles de los conflictos por la supremacía aérea en el sector.

La crisis ha ayudado también a que las familias que viajan elijan "bajo coste" y "paquetes integrales" y las que no pueden hacer turismo alquilen sus viviendas como "apartamentos turísticos" en los destinos de moda y malvivan por temporadas en otros alojamientos más baratos, con el fin de amortiguar los efectos críticos de su decadencia económica. El transporte, los taxistas, los comercios y la hostelería están siendo profundamente afectados por el fenómeno turístico del siglo XXI, en lo que supone una desregulación liberal mucho más fuerte y acelerada de las ciudades que la que tuvo lugar en el primer neoliberalismo de los años ochenta, con Thatcher y Reagan.

FIGURA 5
EL TURISMO MATA LA CIUDAD



FUENTE: HTTP://REVISTAMIRALL.COM/2017/08/10/BARCELONA-TURISME-I-SIMULACRE/

Las ciudades tienen un nuevo gran reto que consiste en sobrevivir al turismo de masas. Si bien no es cierto que el "turismo mata la ciudad", como reza la potente imagen de la calavera con dos palos de *selfie*, convertida en enseña de los "turismofóbicos", las ciudades padecen una pandemia turística de grandes proporciones. Esta deja secuelas para las que no están vacunadas

ni preparadas eficientemente, porque los procesos bullen en centros de poder cada vez más globales, concentrados y anónimos, que operan trasnacionalmente mediante agentes bursátiles con estructura de fondos de inversión. Esta inversión se desentiende cada vez más de las economías locales, de la responsabilidad social y ambiental y es más codiciosa en la búsqueda de beneficios a cualquier precio.

Entre las herencias de la ciudad turística, la peor es la desigualdad, tal vez genérica pero notoria, entre residentes y visitantes. El fenómeno turístico tiende a ser monopolio de las empresas operadoras y las consecuencias e impactos pasan a ser patrimonio de los ayuntamientos.

La especialización funcional es una más de las secuelas que deja el turismo en forma de cambio de la vida cotidiana de las ciudades y de su estructura interna. Así, dicha especialización depende de los usos, precios, lugares y tiempos que se ordenan en sus centros, pero también de la influencia a menudo negativa en las centralidades periféricas y en los barrios, que quedan excluidos de sus atractivos espacios monumentales y los entornos más visitados.

La carestía de las calles de "moda", el modelo "franquicia" aplicado desde el comercio a los museos, la rotación constante de eventos de consumo y ferias, festivales o ciclos urbanos necesarios para mantener el nivel crítico de "masas" en movimiento de flujos y consumos y el papel subsidiario de la población joven en formación y empleo subordinan las circunstancias urbanísticas a las condiciones del turismo masivo. Pero no solo estas: economía, sociedad, fiestas y cultura se impregnan de las características del consumo turístico, en permanente producción y circulación, lo que requiere

de nuevas previsiones en cuanto a los proyectos urbanos y las estrategias de ciudad que no siempre se pueden tomar a tiempo.

En medio de la crisis crónica y la lucha contra el cambio climático, las ciudades deben afrontar con urgencia este nuevo escenario sin complejos; han de cambiar su noción y la delimitación del centro histórico y monumental ampliándolo, porque el espacio restringido produce una especulación y explotación ilimitadas, diaria y anual, dentro de sus actuales bordes. Los planes generales, estratégicos y las estrategias de desarrollo urbano sostenible integrado (EDUSI) deben prever tratamientos específicos y ordenanzas conformes a los nuevos procesos residenciales, terciarios y turísticos, manejando con antelación y soltura los nuevos instrumentos digitales de la *smart city*, precisando bien qué se quiere conseguir y evitar con los "destinos turísticos inteligentes". Comúnmente se da por hecho que la *smart city* es la visión holística de una ciudad que aplica las TIC para la mejora de la calidad de vida y la accesibilidad de sus habitantes y asegura un desarrollo sostenible económico, social y ambiental en mejora permanente. Una ciudad inteligente permite a los ciudadanos interactuar con ella de forma multidisciplinar y se adapta en tiempo real a sus necesidades, de forma eficiente en calidad y costes, ofreciendo datos abiertos, soluciones y servicios orientados a los ciudadanos como personas, para resolver los efectos del crecimiento de las ciudades, en ámbitos públicos y privados, a través de la integración innovadora de infraestructuras con sistemas de gestión inteligente.

CUADRO 4
MÁLAGA, CIUDAD INTELIGENTE. ¿CUÁLES SON LAS 5 CIUDADES INTELIGENTES DE NUESTRO PAÍS, SEGÚN SEGITTUR?

• Málaga, Barcelona, Santander, Madrid y San Sebastián son las 5 mejores ciudades turísticas inteligentes de España, según el libro blanco presentado para Segittur y bajo el nombre de Construyendo nuestro futuro. ¿Por qué?

• Málaga: por la ecoeficiencia. Basada en el concepto de crear más bienes y servicios utilizando menos recursos y creando menos basura y polución.

• Barcelona: por la movilidad. "La gran conectividad de la ciudad y el crecimiento del uso de tecnologías y aplicaciones que hacen más fácil y flexible la experiencia turística del usuario".

• Santander: criterios de movilidad y medioambiente. "Gestión energética eficiente y uso de energías limpias y renovables".

• Madrid: inteligencia de sus servicios de emergencia. "Integrar todas las etapas de emergencia bajo una supervisión continua e integrada de las infraestructuras más importantes de la ciudad".

• San Sebastián: carácter inteligente de sus servicios y movilidad. "Conocer el cliente y adaptarnos a él como nunca antes se había hecho, ofreciendo unos servicios cada vez más personalizados y de calidad que hipersegmenten el mercado según las necesidades".

FUENTE: SEGITTUR.

FIGURA 6
EL CONCEPTO 'SMART' EN DIFERENTES ÁMBITOS

ECONOMÍA 'SMART' (COMPETITIVIDAD)	GENTE 'SMART' (CAPITAL SOCIAL Y HUMANO)
• Espíritu innovador • Emprendimiento • Imagen económica y marcas • Productividad • Flexibilidad del mercado laboral • Internacionalización • Habilidad para transformar	• Alta cualificación • Capacidad de aprendizaje a lo largo de la vida • Pluralidad social y étnica • Flexibilidad • Creatividad • Cosmopolitismo/apertura • Participación en la vida pública
GOBIERNO 'SMART' (PARTICIPACIÓN)	**MOVILIDAD 'SMART' (TRANSPORTE Y TIC)**
• Procesos de decisión participativos • Servicios sociales y públicos • Transparencia • Estrategias y perspectivas políticas	• Accesibilidad local, nacional e internacional • Disponibilidad de infraestructuras basadas en TIC • Sistemas de transporte sostenibles, innovadores y seguros
MEDIOAMBIENTE 'SMART' (RECURSOS NATURALES)	**VIDA 'SMART' (CALIDAD DE VIDA)**
• Condiciones	• Instalaciones culturales

naturales atractivas • Baja contaminación • Protección medioambiental • Gestión de recursos sostenible	• Condiciones saludables • Seguridad personal • Alojamiento de calidad • Instalaciones escolares • Atractivo turístico • Cohesión social

FUENTE: CENTRE OF REGIONAL SCIENCE (2007): SMART CITIES. RANKING OF EUROPEAN MEDIUM-SIZED CITIES. FINAL REPORT. VIENNA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY. 2007. DISPONIBLE EN HTTP://WWW.SMART-CITIES.EU/DOWNLOAD/SMART_CITIES_FINAL_REPORT.PDF

Los territorios son "inteligentes" si crean riqueza social y ambiental y "tontos" si la destruyen. La excelencia turística se conseguirá diseñando contramedidas que frenen los daños colaterales de la masificación tendencial irreversible, que está en la base del negocio industrial del futuro del sector. Sin embargo, el destino turístico tiene que reorientarse constantemente a la calidad y a la mejora de las condiciones de vida de los residentes. De otra manera, su atractivo local decaerá en forma de degradación urbana y pérdida de calidad del destino, simultáneamente. Si se expulsa a la población autóctona a las afueras, las ciudades, entonces sí, morirán por la pandemia turística.

CUADRO 5

CARACTERÍSTICAS, DESTINOS, RESERVAS, TIC Y MEDIACIÓN ENTRE ELLOS PARA VIRTUALIZAR Y SUBLIMAR EL TURISMO

La innovación tecnológica va por delante de los avances en calidad real de los destinos:

- La "cosificación" de los destinos es proporcional a la universalización de las reservas. Booking, TripAdvisor, etc., ejercen influencia determinante.
- La demanda "inducida" es parte de la oferta "asignada" en cuotas de transporte.
- Los precios se fijan en un banco de operadores.
- Los hoteles están vinculados a los museos en la distribución de flujos turísticos.
- La imagen de "marca de la ciudad" se fija por los dispositivos de venta de paquetes turísticos.

Diversificación de empresas:

- La diversificación de empresas es un hecho constatado en la tecnología del sector turístico, tanto en la estructura operativa, como en la difusión y promoción del destino, como en las reservas, la asignación de operadores principales y asociados y, en general, con todos los procesos de visitas virtuales, realidad aumentada, georeferenciación de sitios y simuladores de viajes, hoteles, parajes y recorridos internos de

bodegas, monumentos o conjuntos patrimoniales.

• Las empresa ha pasado de comercializar a producir-consumir en origen y destino, en el viaje y el posviaje y la posible repetición de la visita; lo que introduce muchos más factores de producción de valor, aunque los beneficios no se repartan de la manera más eficiente o justa.

• La producción es de tecnologías avanzadas porque requiere el uso de ingentes cantidades de datos en áreas sensibles al diseño, al audiovisual, a la experiencia en 3D y a la ingeniería de sistemas de lo más diverso, desde los idiomas a las culturas, pasando por la gastronomía, enología, etc.

La sublimación del destino y de la tecnología:

• El destino es objeto de un tratamiento de virtualización avanzada del que prácticamente se sabe todo antes de empezar a conocerlo in situ. El nivel de información alcanza un grado muy avanzado, pues el viaje prácticamente elude lo inesperado, la sorpresa o lo desconocido y eso requiere de montañas de información procesada y digerida a un nivel de usuario medio.

• Es la tecnología la que otorga el poder de conocimiento sobre el sitio. Se trata de producir después una confirmación o un rechazo de la expectativa creada, siempre controlando la relación del cliente con lo que va a ver, lo que se va a perder y lo que le hará volver.

• La tecnología es el vehículo de mediación entre:

- Las compañías operadoras y el destino.
- La imagen del viaje y su experiencia.
- La expectativa virtual y la real.

El destino turístico con TIC:

• Negocios conectados. Cuidando al ciudadano. Mimando al visitante. Localizando los recursos.

• Data centers. Big data. Monitorización. Análisis. Decisiones inteligentes.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. PRODUCCIÓN DE NUEVOS MODOS INNOVADORES DEL NEGOCIO TURÍSTICO.

CAPÍTULO 2
NUEVAS MEDIDAS DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y URBANÍSTICA FRENTE AL TURISMO DE MASAS

Hacer teoría de la ciudad significa actualizar constantemente las políticas urbanas, la estructura, funciones y organigrama municipal. La aceleración de los procesos urbanos conlleva el cambio de paradigmas, de competencias, de fiscalidad, de urbanismo y de gestión de la vivienda y la residencia.

Los ayuntamientos de ciudades que son destino del turismo masivo deben reajustar sus áreas de gestión urbana (economía, urbanismo, distritos centrales, zonas de alta afluencia turística, comercial, hotelera y de transportes) a las nuevas demandas. Los motivos de este reajuste se encuentran en la compleja realidad del nuevo fenómeno turístico, que se ha dimensionado como principal actividad productiva y de consumo de las ciudades actuales. Entre las prioridades que deben adoptar los ayuntamientos, la más importante es inducir el *cambio de cultura*. Las necesidades, planteamientos y recursos destinados a las áreas vinculadas con el turismo son totalmente diferentes de los que se establecieron en 1979 y 1995. El espacio físico ha cambiado sustancialmente en 40 años de ayuntamientos democráticos y las visiones de planificación desde 2007 hasta ahora contemplan cuestiones nuevas de un modo nuevo, que quizá no han

eclosionado hasta 2015 y no lo harán del todo hasta 2019.

FIGURA 7
EL DISCURSO DE LA DISRUPCIÓN ES EL DISCURSO OFICIAL



FUENTE: IMAGEN DEL CONGRESO DE SMART TRAVEL (2014) CELEBRADO EN PORTUGAL.

El turismo ha pasado de ser una circunstancia sectorial a un objetivo sustancial de la política municipal, tanto si es para la promoción de estrategias como si es para la prevención de efectos. Para conducirlo en el nuevo escenario socioeconómico hay que conocer y anticipar los cambios y cambiar las orientaciones a medida que estos se van produciendo, lo que requiere estudiar la evolución del fenómeno y su impacto en áreas de la ciudad que antes se podían considerar ajenas o menos concernidas por los procesos turísticos.

Saber qué beneficios reales en empleo y renta genera el turismo no es fácil, porque los "cuentos de la lechera" acerca del impacto de instalaciones, rascacielos y flujos turísticos suelen ser inventados por políticos sin "seguro a todo riesgo" frente a las cuentas multinacionales de los operadores que se llevan los beneficios reales fuera de sus ciudades, mediante altas tasas de rentabilidad y explotación de recursos combinados.

El centro histórico es el objeto de mayor especulación. Apartamentos y negocios giran en torno a las zonas monumentales, en áreas muy reducidas

sometidas a una explotación cada vez mayor. Desdoblar el centro en distintas centralidades y desvincularlas parcialmente de las zonas de más interés monumental puede servir para poner en valor zonas de la ciudad y barrios que ahora no lo tienen y aflojar la presión sobre los centros tradicionales. Declarar nuevas áreas de interés residencial e impedir la terciarización turística es necesario, porque esta constituye un uso diferente de los servicios terciarios tal como se venían conociendo. Por eso, señalar unas pautas en torno al crecimiento hotelero y hostelero admisible es una cuestión importante, tanto en los planes especiales de reforma interior como en tasas e impuestos razonables, que equilibren oferta y demanda y no expulsen a los vecinos pro efecto de sobreoferta, sobreprecio y sobredemanda, que es lo que se denomina "burbujas". La burbuja inmobiliaria ha adquirido nuevas formas, porque al caer el parque de vivienda de protección oficial (VPO) sin que hubiera uno de alquiler social, las necesidades de alojamiento y acceso a la vivienda dependen de las bolsas de alquiler privadas (que provienen de ventas y convenios urbanísticos con fondos de inversión).

La burbuja del alquiler, por ejemplo, se está produciendo como un proceso ajeno a las políticas municipales, porque los ayuntamientos en la crisis han perdido la ventaja en las políticas de vivienda pública, de alquiler social, de control de los alojamientos turísticos y de licencias de apertura. La mayoría de las decisiones se toman mediante actos administrativos de trámite y "declaraciones responsables", sin seguir pautas fijadas con criterios de ordenación general o principios que tengan que ver con las influencias sobre el proceso residencial.

"Las políticas de vivienda han promovido la ocupación del espacio

construido por las finanzas", sostiene la arquitecta y urbanista Raquel Rolnik (2017). Los poderes financieros se han apoderado de los espacios construidos en ciudades de todo el mundo. Ha habido un cambio de paradigma donde los estados y las comunidades autónomas han desmantelado durante la crisis los ya existentes, que proporcionaban vivienda social y algunos escasos mercados de alquiler regulados. La sociedad, expuesta al juego especulativo internacional de los fondos de inversión en los mercados financieros, señaló al sector del alquiler como una nueva frontera del capital más agresivo, bloqueando el acceso de las personas a la vivienda.

Ahora el alquiler ha pasado casi por completo a los fondos de inversión y, si no hay alquiler social, es porque el patrimonio de vivienda pública ha pasado en su mayoría a manos particulares o fondos de inversión. Pueden hacerse funciones municipales de supervisión de estos procesos, pero van a remolque de una realidad económica en la que el turismo dicta sus prioridades, como en el primer desarrollismo español al salir de la autarquía.

CUADRO 6
NUEVOS PROCESOS EN ESPAÑA

- **Aumento de los turistas a 84 millones en 2017.**
- **Concentración de operadores turísticos en red.**
- **Concentración de operadores de transportes, hostelería y restauración bajo modelos informacionales conjuntos, basados en TIC.**
- **Concentración de paquetes de viaje todo incluido. A la vez, aparición de paquetes de viaje informales.**
- **Conexión de plataformas, operadores y redes en modo subasta.**
- **Aumento de economía informal: alquileres, apartamentos, viajes no reglados, estancias e instalaciones ilegales.**
- **Aumento y proliferación de turismo de bajo coste: expansión en alcohol barato, celebración, acontecimientos, actos deportivos, religiosos, culturales.**
- **Aumento de precios de todos los agentes: públicos y privados, formales e informales.**

- **Planificación informal sobre plataformas globales sin control.**
- **Planificación e interacción de big data y apps combinadas para la fase de contratación irregular y para la orientación de decisiones de viaje.**
- **Pérdida de autoridad local y urbanística en municipios turísticos.**

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

FIGURA 8
CALLE MARQUÉS DE LARIOS CON EL BARCO A MELILLA (MELILLERO)



FUENTE: JOSÉ F. OYARZÁBAL, 1980.

FIGURA 9
ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS EN MÁLAGA



FUENTE: ANTÓN OZOMEK. GEÓGRAFO FORO MÁLAGA URBANISMO.

A esta situación se suma la decadencia genérica del urbanismo público, la tendencia a asumir la rentabilidad y el retorno de la inversión pública sin más. Durante la crisis ha sido inoperante: estuvo paralizado. Después ha sido

sustituido ostentosamente por las estrategias *smart city*, los “destinos turísticos inteligentes” y las EDUSI. Estas tres categorías determinan la posición de la ciudad sobre el modo de ordenarse.

En este cambio de paradigma urbanístico a turístico, el monumento y su entorno han justificado la peatonalización de amplias zonas que antes eran viarias y ese es un cambio que afecta a toda la trama circundante. Los planes generales de ordenación urbana (PGOU), entretanto, no se han adaptado a los cambios. Las áreas de Vía Pública, Comercio, Turismo, Hacienda, Urbanismo, Vivienda, Movilidad, Cultura y Centro Histórico son algunas de las que quedan afectadas por la transformación turística de los ayuntamientos en 2018. Además, si el urbanismo regula usos, intensidades, ocupaciones y edificabilidades, queda claro que estas se han visto aumentadas en muchos aspectos por la imperativa afección de grandes áreas centrales por parte del turismo masivo, desconocida hasta ahora y que va en aumento.

Los presupuestos municipales también deben reenfocarse para adecuar la nueva situación y prever los impactos que el turismo produce: impuestos basados en el impuesto sobre bienes inmuebles (IBI) suelen estar trasnochados, en tanto el turismo como productor de riqueza se fiscaliza muy poco. Hay fenómenos casi ajenos a la hacienda municipal; o están subvencionados, o exentos. Sin embargo, la hiperocupación de los centros urbanos influye decisivamente en la desertización de los centros de barrio y en la expulsión de población hacia las periferias, lo que requiere de presupuestos complementarios si se quieren evitar los daños colaterales a la especialización turística y hotelera de los centros, que no deja resquicio a los barrios para compartir los beneficios del turismo y repartir los flujos de

afluencia y de consumo.

Los nuevos procesos, como las arribadas temporales de los cruceros, se enfocan hacia visitas muy limitadas al puerto y sus alrededores. De hecho, los efectos más llamativos del turismo masivo (y los que provocan más rechazo en la población residente) se deben a los flujos más intensos de los turismos sectoriales masivos, la concentración horaria cada vez mayor, la frecuencia de turismo de fiestas y eventos estacionales, los viajes intensivos por acontecimientos deportivos o musicales, las ferias comerciales y culturales, etc. El consumo turístico intensificado, concentrado y mixto en cada vez más viajes de menos tiempo más frecuentes y más despegados de la experiencia y la percepción se dirigen al consumo rápido y cíclico en espacios cada vez más pequeños y explotados.

Esta es una situación que incide en París, Roma, Venecia, Ámsterdam[12], Barcelona o Madrid y por ahora no tiene remedio. Es un modelo de explotación de maximización de beneficio sobre áreas muy limitadas, característica del turismo urbano del siglo XXI, que ha convertido el consumo turístico en un producto ofrecido por compañías multimedia y multisectoriales que, al agrupar ofertas diversificadas, con un tratamiento secuencial complejo, convierten en una sola mercancía el acceso y gestión a los destinos de los centros y los entornos monumentales. La unificación de tarifas de visitas, vistas, paseos, museos y monumentos constituye una forma nueva de apropiación con tasas de beneficio mucho más altas, con secuelas mucho más duras en esperas, reservas, accesos, salidas y oportunidades de elección de servicios, sea en los Museos Vaticanos, en la Alhambra o en el centro de Málaga. En esta última ciudad, la oferta de museos, hoteles,

restaurantes y otros destinos del turismo masivo se produce casi exclusivamente en el corazón de la “almendra” de la Málaga musulmana y entre los muelles 1 y 2 del puerto.

CAPÍTULO 3
LA CONSIDERACIÓN DEL TURISMO CULTURAL COMO UNA INDUSTRIA POLIMÓRFICA Y DESCENTRALIZADA

Los usos del tiempo y el espacio urbano han cambiado radicalmente en la sociedad posindustrial. Se ha pasado de muchas actividades reguladas por el empleo y el transporte a una mayoría organizadas por el aluvión turístico de temporada, festivo, de fin de semana o de ambos. En contra de lo que habitualmente se tiene por asumido en la gestión local, la diversificación de espacios, tiempos, horarios, atractivos y focos de centralidad es básica, para que las ciudades no recorran de forma irreversible el camino del éxito turístico a la muerte temática de sus espacios de oportunidad, por desertización de lo que no se identifique como turístico.

Ninguna ciudad es ajena a procesos de sobreexplotación. Igual que la tierra, la ciudad necesita espacios de suelos biodinámicos, que alternativamente entren o estén en calma y que diversifiquen su nutrición de elementos fertilizantes. Igual que le pasa a la tierra en caso de monocultivos o constante rotación, los espacios urbanos tienden a perder oxigenación y, al descuidar la hidratación y la regeneración de sus células vitales, a desertificarse. Las secuelas derivadas del turismo intensivo sobre áreas limitadas también erosionan sus márgenes y dejan semivacíos de vida urbana

los barrios que están en los límites. La población tiende a acudir al centro para sentir el pálpito subliminal de la ciudad y eso acaba por dejar vacíos los barrios más populares de los distritos, que hasta hace bien poco servían de elementos de policentralidad a las ciudades. Por este motivo, es esencial que existan parques y jardines a una distancia prudencial de las zonas habitadas, centrales y de barrio, y que lo que se puede calificar como "suelo turístico" tenga un tratamiento cercano al de los suelos ecológicos, es decir, épocas y estaciones de calma, elementos de regeneración temporal y procesos de cuidado de sus recursos humanos y naturales. De otra manera, la exposición constante al consumo del turismo los pone en riesgo de monocultivo y eso es lo que produce a la larga una especialización, que multiplica un uso de por sí muy esquilmador del arbolado, del paisaje humano y del urbano, ya que erradica todo lo que contraviene la lógica de la explotación turística y pone en venta todo negocio que sirva al beneficio de una oferta dirigida en un solo sentido. El problema es que el beneficio del negocio turístico se calcula agotando márgenes y queda cada vez en menos manos, porque son menos los operadores; además, todos están interconectados en los paquetes de precios al consumo, que unifican las grandes compañías basando sus cálculos en el tiempo de estancia y hábitos de los consumidores, que establecen con antelación, sobre la base de sus hábitos de consumo de ocio y las preferencias en el gasto de productos turísticos.

A menudo, cuando se habla de industria cultural y turística, de ciudades creativas (Florida, 2010), se malentienden o se tergiversan algunas cuestiones, al confundir el consumo y la producción en el entorno del monumento: es decir, al basarse en el monumento como centro de producción

y consumo del destino turístico. Eso deja fuera la creación del tejido de apoyo al florecimiento de verdaderas industrias, talleres, estudios, empresas, colectivos y artistas que integren una dimensión múltiple de espacios y actividades de la ciudad, que multipliquen su capacidad productiva de ofertas, sistemas, investigación, desarrollo e innovación de productos culturales, formando al capital humano en la producción de un entorno de capacitación y de mejora de la riqueza de sus habitantes. Esa tarea no se puede concentrar en universidades, polígonos industriales o parques tecnológicos o comerciales, como se hizo en los años noventa, sino que hoy se sabe que ha de ser diseminada por la ciudad, si se quiere que esta responda a la exigencia de talento de una manera diversa, incluyente y realmente provechosa a medio y largo plazo. Eso es lo que daría un sello sostenible a una industria cultural no improvisada o fundamentada en la mera imagen.

Relanzar esta idea de ciudad esponja, de formas diversas e interpenetradas con centralidades superpuestas, constituye un reto importante de las ciudades que aspiran a albergar un tejido cultural —sea especializado o polifacético— que no tenga la consabida forma de "estrella de mar", en la que no existen más que un centro y algunas derivaciones a las periferias y, en medio, numerosas áreas desertizadas por el vacío y la desconexión.

No se puede trasplantar a la industria cultural la misma configuración polimórfica de la producción basada en el sistema digital; no se trata de la "ciudad collage". Sin embargo, tampoco se puede descuidar el efecto de superposición de capas o tramas que se puede encontrar en el éxito de ciudades avanzadas en la elaboración de nuevas pautas de crecimiento sostenible y tecnologías enfocadas a la producción y no solo a la exhibición

cultural, localizada en escenarios en los que sirven de motor espacial de áreas urbanas degradadas o en vías de exclusión, porque ya no hay empleo cercano, ni posibilidad de crearlos, salvo en servicios de hostelería o restauración.

Desvincular parte de la función inmobiliaria de los hoteles para dotarla de mecanismos de difusión e interactividad cultural puede ser una vía menos especulativa que la seguida hasta ahora. El hotel, además de buscar nuevas localizaciones para colonizar culturalmente otros barrios, puede ser un motor de usos diversos y no mantener en exclusiva la función de alojamiento.

Los últimos diez años han dejado los barrios vacíos de centralidad y de equipamientos alternativos multiusos porque todos se han ido emplazando más en los cascos históricos y este es un proceso de carácter muy irreversible.

FIGURA 10
IMAGEN DE 'CIUDADES CREATIVAS'



CAPÍTULO 4
LA OPTIMIZACIÓN TARIFARIA Y LA GESTIÓN DEL RETORNO DE VENTA

El turismo ha adoptado una estructura contable muy competitiva, ya que todos los agentes que participan salen ganando. La Ley de Competencia Desleal y la Ley de Ordenación del Comercio Minorista permiten la desregulación de precios en todos los productos y servicios, con las excepciones de los considerados de primera necesidad, que sí tienen reguladas las tarifas, aunque los abusos o el desorden tarifario vengan a menudo del regulador estatal (electricidad, gas canalizado para usos domésticos y comerciales, gases licuados del petróleo, especialidades farmacéuticas, productos postales, tarifas electrónicas, transporte público y tarifas Renfe, etc.) (González Checa, 2017). Aunque conviene tener en cuenta que las virtudes de este sistema son privadas —para quienes intercambian servicios— y no dejan un valor añadido público en la ciudad.

El origen de las prácticas de competencia tarifaria está en Estados Unidos, cuando se desreguló el mercado de las aerolíneas en 1978 y se permitió la entrada de nuevos competidores a un mercado muy controlado hasta el momento. La entrada de estas nuevas empresas ofreciendo promociones y descuentos para competir en el mercado alteró muchos procesos al servirse de las TIC. Años más tarde, los grupos hoteleros, cada vez más concentrados

y vinculados entre ellos y con el segmento aéreo, comenzaron a copiar la política de precios dinámicos. Esta técnica de optimización tarifaria fue evolucionando hasta el *yield management*, aplicada en líneas aéreas, y *revenue management*, utilizada en establecimientos hoteleros. La combinación de dos o más de estas técnicas con la información digital permite "vender al precio correcto a la persona correcta en el canal correcto y en el momento correcto". De ahí que los precios varíen en función de cientos de variables, tanto internas de la propia empresa (costes, capacidad, etc.) como externas (eventos relevantes, fechas concretas, factores políticos, etc.), que se manejan a través de grandes bases de datos, basadas a su vez en estudios exhaustivos de los destinos, sus accesos y conexiones. Los ayuntamientos van a la zaga de estos procesos porque están sujetos a leyes estatales y normas locales, mucho más rígidas que las de los procedimientos empresariales de incremento del beneficio.

El problema no es que los ayuntamientos no tengan recursos legales y económicos para afrontar el cambio de urbanismo a turismo en su gestión a medio plazo. El problema es que han tenido que hacer frente a una situación extraordinaria de desahucios y pobreza energética, que ha dejado a miles de familias sin casa y sin servicios de abastecimiento de agua y energía. Las tarifas de agua, basuras, transportes, el IBI y las tasas por ocupación de vía pública han cambiado de sentido y de importes con el paso del *boom* a la recesión, que ha coincidido con el paso del auge inmobiliario al auge sin freno del turismo, que es inmobiliario también, pero en menor grado.

Las políticas tarifarias públicas, carentes del sentido racionalista y organizado de las plataformas virtuales, han perdido su vigencia de base,

porque ya no tienen su apoyo en la subida constante de los precios del suelo, sino en la de los precios del alquiler, mucho menos controlables desde las instancias públicas porque además se carece de instrumentos de corrección de mercado, como lo eran antes las promociones de VPO o de vivienda de protección pública (VPP), muchas de ellas en manos privadas.

La gestión del *revenue management* no es igual que la gestión pública, porque el ánimo de lucro es total y no deja resquicios para la ayuda social, que queda como auxilio a poblaciones empobrecidas, mediante operaciones de emergencia.

Otra de las cuestiones que se ha encumbrado es la rentabilidad o el retorno de las empresas públicas, como las que representan tan bien las autoridades portuarias, las empresas públicas, mixtas o privadas de agua, saneamiento, depuración, limpieza y residuos, empresas que han pasado a regirse por criterios asépticos de índole capitalista sin correcciones significativas de interés social o colectivo. Todo ello lleva a un criterio que predomina sobre la mente de los responsables locales: la rentabilidad pura y dura, el ahorro en masa salarial y la precariedad del empleo público como si fueran dogmas universales.

En eso, copian al sector turístico más irresponsable, con subempleo de baja calidad en restauración y hostelería. Camareros y trabajadores de hotel, con empresas que utilizan en exclusiva falsos autónomos, o autónomos obligados, como Deliveroo, son víctimas de manifiesta explotación[13]. Y el problema es que los trabajadores pobres son los que están más cerca de la pobreza urbana, que luego tiene muy difícil solución, porque necesita de medidas macroeconómicas integrales y extensivas, mucho más costosas.

La disrupción del urbanismo por el turismo coincide con la “disrupción tecnológica” de los procedimientos inteligentes. Pero hay que analizar cuidadosamente si los procedimientos inteligentes no son más que técnicas de extensión del “bajo coste” y la desregulación liberal del urbanismo.

Queda por ver cómo afectarán unos procesos a otros, los planes generales de ordenación urbana y los planes sobrevenidos de la denominada “disrupción”, que augura procedimientos nuevos para sortear las ordenanzas y los trámites a que obliga el derecho urbanístico para conseguir los objetivos urbanos. La Ley del Suelo, en su última versión, según el Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Suelo y Rehabilitación Urbana, documento que confirma una línea histórica de cambios y reformas constantes. En cambio, en marzo de 2015 se aprueba el Plan Nacional de Ciudades Inteligentes[14] del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, “que impulsa en España la industria tecnológica de las ciudades inteligentes y ayuda a las entidades locales en los procesos de transformación hacia ciudades y destinos inteligentes”.

La dialéctica urbanismo-turismo se balancea sobre estos dos instrumentos, que son contradictorios, en tanto no se arbitren medidas locales complementarias. Pero las normas de sistemas y gestión ya en elaboración por AENOR[15] están en pleno proceso de producción, sin que se sepa con claridad la traducción técnica que tienen en los instrumentos, normas y ordenanzas vigentes, puesto que abarcan distintas áreas de competencia y Gobierno municipal.

FIGURA 11

PLAN DE DESARROLLO DE LAS CIUDADES INTELIGENTES





FUENTE: HTTP://WWW.AGENDADIGITAL.GOB.ES/PLANES-ACTUACIONES/BIBLIOTECACIUDADESINTELIGENTES/DETALLE%20DEL%20PLAN/PLAN_NACIONAL_DE_CIUDADES_INTELIGENTES_V2.PDF

CAPÍTULO 5
MÁLAGA COMO CIUDAD CULTURAL E INTELIGENTE

El caso de Málaga está siendo elevado a categoría de prototipo de ciudad atractiva de flujos turísticos y de inversión por todo tipo de redes[16], medios de comunicación[17] y propaganda oficial local, regional y estatal, siendo muy destacada en ferias del sector en 2017 como FITUR[18].

Málaga tiene un PGOU aprobado definitivamente en 2011 y actuaciones anteriores en materia de ciudad inteligente, de ciudad tecnológica; cuenta con el ya mencionado Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga, la emergente Universidad de Málaga (UMA), con el Campus de Excelencia compartido con Sevilla, con la acción conjunta del I y II Plan Estratégico y las áreas de gobierno dirigidas a conseguir proyectos de movilidad eléctrica (ZEM2ALL), distritos *smart* (La Misericordia), Manzana Verde, el Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU), VPO en Soliva, etc. Por otro lado, ave y aeropuerto, y las mejoras en autovías y autopistas hicieron su parte en servicios de infraestructura. Cabe destacar también la confluencia, en 2003, de la peatonalización de la calle Marqués de Larios, coincidente con la apertura del Centro de Arte Contemporáneo (CAC) y el Museo Picasso Málaga (MPM), que abrieron una década de constante aumento del turismo,

los cruceros, a todo lo cual se ha sumado a las nuevas inauguraciones de museos, Pompidou, Museo del Automóvil, Colección del Museo Ruso, Museo de Málaga en el Palacio de la Aduana, etc., que han determinado una atracción global en las redes mundiales de turismo urbano, cambiando la relación con su entorno turístico de la Costa del Sol. A su espectacular Semana Santa, Málaga ha unido decenas de ediciones del Festival de Cine Español y "en español", carnavales, fiestas de Navidad, Feria de Agosto, festivales de todo tipo, ferias y congresos, nuevos hoteles, apertura a la ciudad de los muelles 1 y 2 y el Palmeral de las Sorpresas le han dado un auge increíble quince años antes.

Málaga llega a 2018 en una euforia de cifras y *rankings* turísticos en los que está extraordinariamente bien colocada como destino inteligente y protomodelo de ciudad inteligente. Realmente destaca en el entorno regional respecto a otras ciudades tradicionalmente mejor posicionadas como Granada, Córdoba y Sevilla.

Todos estos datos, paradójicamente, no son suficientes para conseguir que Málaga potencie su talento propio y lo afiance en empleo local de calidad, con un capital humano joven que no tenga que emigrar para garantizarse el futuro, porque carece de anclas a sectores productivos y a una industria cultural en gran parte ausente, completamente desvinculada del mundo empresarial de la cultura entendida como mercado. Es notoria la falta de talleres, galerías y colectivos productores de arte y audiovisuales, o tecnologías no subvencionados por las instituciones locales.

La gestión urbana de los principales problemas de infraestructura es muy dudosa. Proyectos de agua, abastecimiento, saneamiento, drenaje, viarios y de

suficiencia energética son muy insuficientes, así como puentes sobre el río Guadalhorce, el río Guadalmedina, las zonas verdes, el parque de Gibralfaro y la mayoría de los convenios para construir zonas clave de la ciudad, según el PGOU, como Martiricos, El Duende, La Térmica, Repsol, etc. La construcción apenas levanta el vuelo después de la recesión poscrisis. La vivienda sigue siendo una demanda insatisfecha y los apartamentos turísticos son ya un grave problema, con precios de suelo y vivienda, de hoteles, apartamentos y de servicios muy altos, impuestos de plusvalías y tasas elevados, con una calidad de vida siempre debida al clima y con poca resiliencia a riadas, inundaciones y otros riesgos climáticos, como el calentamiento global. Pese a los indudables avances, la movilidad es muy onerosa en términos de contaminación y consumo de tiempo.

FIGURA 12
MÁLAGA ES UNA CIUDAD DE ARTISTAS, DE CIUDADANOS... NO DE MUSEOS





En Málaga, la EMT usa mayoritariamente derivados del gasóleo y el metro está parado en sus nuevos trazados por cuestiones políticas, pese al Plan de Movilidad, lo que sigue dando al automóvil mucha primacía, aunque hayan crecido exponencialmente los circuitos y el uso de bicicletas.

La gente joven emigra y las tasas de desempleo son muy altas. La pobreza urbana tiene zonas endémicas, la clase trabajadora sufre dramáticos recortes en calidad de vida y la clase media ha perdido posiciones relativas en relación con la generación anterior y, sobre todo, las pierde respecto a la siguiente. De manera que el éxito, la inteligencia y la posición en el *ranking* son muy relativas aunque la calidad del clima favorezca altas notas al evaluar la calidad de vida, sobre todo en términos relativos con el entorno.

Málaga es un ejemplo de "tecnología disruptiva" en el ámbito de lo que se entiende por ciudades inteligentes. Es decir, crece a saltos y de forma desigual, creando bolsas de riqueza en los operadores y algunos sectores minoritarios urbanos en la hostelería y el turismo, pero no crea valor en el sentido de un verdadero producto municipal bruto (PMB). La invasión turística masiva no se traduce en riqueza y empleo repartidos o mínimamente distribuidos.

Una primera conclusión es que el turismo por sí solo no crea valor suficiente para una ciudad si esta no tiene otras fuentes productivas relevantes. Al contrario, la ciudad escaparte o exhibidora, de cultura y turismo de visita, solo parece crear consumo rápido y beneficio externo.

La impresión es que el turismo masivo de bajo coste produce un crecimiento de bajo coste. Crecimiento dependiente con altas tasas de desempleo y de insostenibilidad, que no crea factores de producción locales y está condenado a un uso de consumo masivo y producción escasa.

Invertir esta ecuación insostenible y devolver riqueza a la ciudad mediante cultura e inteligencia es la principal misión de un destino turístico que quiera usar tecnologías disruptivas para alcanzar deprisa puestos de innovación

como ciudad y garantizarse un futuro sostenible.

CAPÍTULO 6
LOS HECHOS URBANOS ESENCIALES EN RELACIÓN CON LAS ESTRATEGIAS

A la peatonalización de las calles Bolsa y Strachan, que se produjo en 1997, siguió en 2003 la gran transformación peatonal de la calle Marqués de Larios y la de plaza de la Constitución y, en 2011, la de la calle Alcazabilla, que acaba en la plaza de la Merced. La trascendental afloración del Teatro Romano, con la demolición de la Casa de la Cultura, ha sido el remate del marco paisajístico, que cambia la percepción del centro de Málaga hacia la Alcazaba y Gibralfaro y lleva al Ayuntamiento a la adquisición de los cines Astoria y Victoria con el fin de ampliar la Fundación Casa Natal Pablo Picasso y enfocar la estrategia del centro como museo de museos y de focalizarlo como gran espacio atractivo de los flujos de turismo cultural, junto con el Museo Arqueológico y de Bellas Artes, en el Palacio de la Aduana, inaugurado en diciembre de 2016, conectándola con las obras del Palmeral de las Sorpresas, en el puerto de Málaga, y la peatonalización el entorno de la catedral, que se inaugura en 2017.

CUADRO 7

HITOS EN MÁLAGA ENTRE 2016 Y 2018

- **Peatonalización del entorno de la catedral.**
- **Renovación 2017 de la colección del Museo Ruso.**

• Inauguración de la exposición sobre Jackson Pollock en el Museo Picasso (abril de 2016). Renovación de la colección Picasso (MPM): "Escuela de Londres y Mujeres y Surrealismo" (2017).

• Apertura del Museo de Málaga en el Palacio de la Aduana (Museo de Bellas Artes y Arqueológico, diciembre de 2016).

• Festival de cine de Málaga en español (2017).

• "Mujeres artistas y surrealismo" (MPM, 2017).

• Renovación de la colección Centre Pompidou (2017).

• "Andy Warhol" (MPM, 2018).

• Francisco Leiro (CAC, 2017).

• "Alexéi y Andreas Jawlensky: la aventura del color". Colección del Museo Ruso (2017).

MFUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Ambas calles, Alcazabilla y Marqués de Larios, tienen en común un trazado norte-sur de unos 300 m, que, junto con calle Nueva, las tres paralelas, son los ejes del recinto mallado que se había propuesto para ejecutar un proyecto "estrella" del II Plan Estratégico, en lo que parece una inversión de gran retorno para el importe de las obras de ejecución de infraestructura, incluidas en planes del Ayuntamiento, de la Junta de Andalucía y de equipamiento del Estado. La conexión visual, paisajística y peatonal del Palacio de la Aduana, el Museo Picasso, el Teatro Romano y la plaza de la Merced, tras una de las más largas y persistentes demandas ciudadanas de la historia reciente —que convirtió en realidad la consigna de "La Aduana para Málaga" después de 20 años de movimientos urbanos reivindicativos, para que el gran edificio pasara a la ciudad—, ha sido un éxito porque contiene gran parte de la historia y el patrimonio de la ciudad a lo largo del tiempo, que seguía siendo muy desconocido para los propios malagueños.

De forma simultánea a esta reivindicación, tan largamente ansiada, los obstáculos que se hicieron desde la sociedad civil a que se instalara un

Carrefour *gourmet* en el espacio que ahora ocupa el Centre Pompidou Málaga, el fracaso de la propuesta del Museo de las Gemas y el itinerario seguido por los cines Astoria y Victoria hasta llegar al concurso internacional de ideas recientemente fallado han puesto de manifiesto una voluntad ciudadana desigualmente movilizada, pero eficaz y tenaz en sus propósitos, de colectivos, asociaciones, sindicatos y colegios profesionales, que suele cohesionarse contra propuestas que tienen un encaje discutible con la legalidad o con la lógica de las estrategias de ciudad y del puerto, como ocurre ahora con el Hotel Torre del Puerto del muelle de Levante, un rascacielos polémico, que quiere arrebatar protagonismo a la ciudad en un lugar recientemente rescatado para el espacio público, con una inversión costosísima, justo en la nueva terminal de cruceros, que se intenta concesionar a 75 años, en contra de cualquier estrategia previa y de los planes urbanísticos aprobados.

La ciudad carece de verdaderos mecanismos eficientes de participación y de consulta. Sin embargo, son destacables el Consejo Social de la Ciudad de Málaga, las fundaciones, entre otras, Málaga y, muy especialmente, la Fundación Centro de Investigación Estratégica y Desarrollo Económico y Social (CIEDES)[19]. Esta última, a través de su asamblea, ha tenido influencias en algunas decisiones ya avanzadas por los poderes locales, pero siempre con carácter de ratificación de estudios o propuestas municipales en los últimos veinte años. Un ejemplo es el río Guadalmedina, convertido por la iniciativa privada en un eje hotelero, a partir de la implantación de un primer hotel frente a la Cofradía de la Esperanza. Ahora, esas instalaciones hoteleras compiten con más de mil apartamentos turísticos y con decenas de hoteles de

bajo coste repartidos por el centro. No ha sido hasta 2017 cuando el Ayuntamiento ha comenzado a cuestionarla proliferación de bares y restaurantes, mientras la ocupación de espacio público continúa y las peatonalizaciones, amplias y duramente pavimentadas, sin apenas árboles, van cediendo sitio a las concesiones de terrazas y veladores que se expanden por doquier, legal e ilegalmente, superando sus límites —y afrontan las sanciones porque les compensa aun así—.

Tampoco se discute el modelo turístico o el reparto de sus beneficios, ya que se apuesta por "todos los modelos", al "máximo nivel de negocio admisible" y, especialmente, en el centro histórico delimitado por las tres calles, por lo cual este se ha convertido en el principal "espacio de negocio abierto" —más que de museo abierto— de la ciudad. El planeamiento del Soho de Málaga, propuesto por algunos comerciantes en los años de auge inmobiliario después de la apertura del CAC, ha sido objeto de un proyecto municipal, financiado con Fondos Europeos FEDER, que ha peatonalizado parte de sus calles, parcialmente también, y ha contribuido a la gentrificación acelerada, a la implantación de nuevos hoteles y terrazas, así como a los negocios que pujan por sitios nuevos, alentados por la imagen de la Noria que se ha instalado en el puerto, en el sitio más preferente, en contra de los deseos de muchas comunidades de residentes y vecinos. Para el ensamble cultural con el centro se ha buscado un proyecto denominado Málaga Arte Urbano (MAU, Soho), alentado y dirigido por el CAC, que es la justificación para un microdistrito creativo ceñido al ensanche malagueño del muelle de Heredia, que no se quiere exportar al otro lado del río ni a ningún sitio más.

De esta forma, se produce una gran convergencia de intereses puerto-

ciudad en el monocultivo del turismo de bajo coste y cruceros, mezclado con el turismo cultural y estacional de ferias y eventos, sin descartar los segmentos más altos. El alza de precios (los hoteles en Málaga subieron de precio un 38%, hasta 109 euros de media en 2017) coincide en un espacio muy pequeño del centro de Málaga sometido a una fuerte presión, sin ningún tipo de propuesta de minimización de impactos, ni de diversificación espacial o temporal de daños colaterales. El convenio laboral del sector no se discute y los beneficios solo van a la parte empresarial, sin paliativo alguno.

En 1992, con motivo del reparto autonómico de inversiones en relación con la EXPO 92, se acometieron las obras de la playa de la Malagueta, la desembocadura del río Guadalmedina, y abrieron al mar la fachada, antes prioritaria de las vías de tráfico, con los futuros paseos marítimos de levante y poniente. Fueron trascendentales para devolver a Málaga su playa urbana central y controlar las pérdidas de arena por temporales, lo que aumentó la atracción a las playas y el acceso a través del túnel de la calle Alcazabilla, bajo Gibralfaro.

En conclusión, inversiones financieras muy pequeñas —en relación con las grandes operaciones urbanas de muchas ciudades del mundo— han alterado profundamente, en muy poco tiempo (I PEM, 1996) y en muy poca superficie, el corazón de la ciudad de Málaga, al incorporarla de golpe al turismo de masas, del que estaba prácticamente excluida hasta 2003. Hechos urbanos tal vez “insignificantes” frente a los procesos globales, eso sí, combinados con grandes inversiones en ave, puerto y aeropuerto, en autovías y circunvalaciones y autopistas de peaje, provocadas mediante una voluntad estratégica plasmada a partir del II PEM[20], de 2006, han dado lugar a un

cambio trascendental, tal vez conquistado gracias a que se han seguido tendencias mundiales que se han interpretado siempre a favor de las corrientes más comunes del mercado.

CAPÍTULO 7
¿CÓMO CONVERTIR UN DESTINO TURÍSTICO MASIVO EN UNA CIUDAD SOSTENIBLE?

Probablemente no existe una fórmula para actuar en una sola ciudad, más aún si se propone un crecimiento sostenible, responsable y repartido, que pueda ser diferente al programado por las grandes corporaciones en la globalización. Parece una conclusión pesimista, pero los ejemplos son elocuentes: Barcelona, Madrid y y otras ciudades, muchas de ellas grandes o medianas, se han movilizado para conseguir ser destinos turísticos masivos. Todas cuentan con una masa crítica, accesibilidad e imagen de marca consolidadas, pero la carrera competitiva continúa.

Tampoco existe una fórmula universal para conseguir invertir procesos y tendencias globales en ciudades concretas. Pero las posturas aisladas o contratendenciales parecen abocadas al fracaso. Estamos ante un paradigma de ciudad que solo crece si, de alguna manera, se destruye. Las ciudades están en una carrera por la sostenibilidad —aunque sea epidérmica o superficial—, pero siempre que esto no obstaculice la tendencia al desarrollismo para ser ciudades de consumo turístico. La razón es que las ciudades que fijan umbrales o límites de sostenibilidad a su propio crecimiento no son objeto financiero mundial, sino ejemplo de un crecimiento

limitado a los márgenes soportables.

Basta observar las listas de ciudades más visitadas para comprender que no existen fórmulas mágicas para invertir la desregulación mercantilista de los países que han optado descaradamente por salir de la crisis con ciudadanos cada vez más pobres. Esto se refleja en la relación entre el producto municipal bruto y el empleo general, lo que hace pensar las ciudades están pendientes de la riqueza de las minorías y la explotación mayoritaria de la población.

Málaga es una ciudad de tamaño medio, o pequeño, en comparación con las capitales turísticas del mundo, pero cuenta con fortalezas indudables, entre las que se ha destacado su capacidad económica, su voluntad estratégica y su capital humano de "metrópoli abierta", como reza uno de sus lemas clave.

El problema es que eso no hace a Málaga más sostenible en relación con la Costa del Sol, territorio turístico andaluz y español por excelencia, que vive unos años de esplendor debido a la caída de otros destinos turísticos en el mar Mediterráneo. Málaga está inmersa en un territorio de negocio inmobiliario, transporte muy contaminante por automóvil y empleo muy fluctuante y lejano a los lugares de residencia. Es una ciudad capital de provincia, muy desigual dentro y fuera del término municipal; sus principales proyectos, como el de afianzar un capital humano excelente en las siguientes generaciones, son un fracaso. Otras cuestiones relevantes, como lo es la base económica, son de una fragilidad y una vulnerabilidad muy acusadas: están basadas en el turismo de masas, ciclos de transporte ligados al mismo, construcción y negocio inmobiliario en zonas turísticas y segunda residencia

o turismo de tercera edad. En eso ha avanzado muy poco en relación con otras ciudades. Por tanto, la sostenibilidad de estos proyectos suele ser un lastre, como pasa con el Proyecto Guadalmedina, que pretende ser un nuevo espacio "que une a los malagueños", pero está paralizado desde hace veinte años. La cultura no fomenta usos productivos, sino de exhibición, y la innovación se va fuera. El Gobierno local es también longevo. Desde 1995, gobierna una versión edulcorada o moderada de los conservadores, asociada a un perfil singular de su alcalde, su gabinete y tres o cuatro organismos directamente a su cargo, entre ellos el OMAU, al frente del discurso "ambiental". Estos reductos actuando al servicio del "cuánto más, mejor", con clichés antiguos y una pléyade de gerentes, directivos y asesores ya muy veteranos, con poca previsión de renovación, señalan la carencia de un futuro Gobierno accesible, más sensible a los problemas sociales, económicos y ambientales de la mayoría. Agua, energía, saneamiento, defensa frente a inundaciones, erosión, incendios, reforestación, zonas verdes, limpieza, transporte público eléctrico, energías renovables en edificios públicos, acceso a la vivienda, alquiler social, empleo, deuda municipal, emprendedores, empresas locales y autónomos son asignaturas pendientes desde hace muchos años. La emigración de jóvenes[21] es un hecho en la última década. La salud y la educación, así como la Málaga de las personas mayores, son debilidades propias de una ciudad menos atractiva y más exclusiva de lo que aparece ante los focos. Son cuestiones demasiado graves para pasarlas por alto, o escudarse en datos ambiguos, ya que no hablan del impacto específico en los jóvenes, que no tienen futuro en la ciudad más allá del empleo precario en la hostelería.

La brecha entre los números de beneficios macroeconómicos de la empresas en Málaga y el impacto microeconómico en el PMB local es la que verdaderamente daría una pista acerca de los posibles modelos a seguir, pero esos estudios no están en la agenda local, que, por otro lado, no es sostenible, ni en deuda, ni en inversión productiva. Es una agenda anticuada y elaborada por asesores y grupos cercanos al Gobierno municipal, muy conformistas con el mismo.

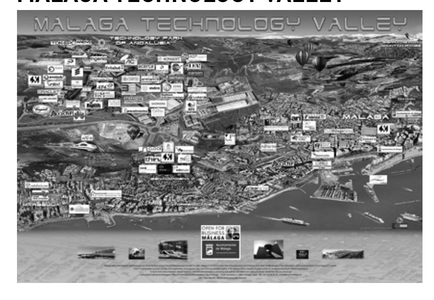
FIGURA 13
CONCURSO DE PROYECTOS PARA EL RÍO GUADALMEDINA (2012)





FUENTE: AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA.

FIGURA 14
MÁLAGA TECHNOLOGY VALLEY



FUENTE: AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA.

Lo que resulta insostenible son los hechos, consumados o no, frente a las retóricas siempre más moldeables. Se insiste en la fórmula "atrápalo todo": cualquier cosa vale para contribuir al turismo masivo de bajo coste, incluyendo los segmentos caros, como política global de la ciudad omnívora, pero esta queda maquillada por el discurso sostenible de *coches eléctricos*, *manzanas verdes*, *distritos inteligentes*, *greencities*, *smart cities* y mucha narración políticamente correcta, pero no contrastada con hechos.

Una ciudad como Málaga será vulnerable hasta que no consolide una solución sostenible a sus problemas ambientales, sociales y económicos de fondo. No se puede seguir una práctica desarrollista para alcanzar cifras responsables hacia las siguientes generaciones. Tampoco vale la descripción de los fenómenos sin más, por muy interesante que sea, como hace Deyan Sudjic (2017). En realidad, los ejemplos urbanos expuestos en su libro son de una escala financiera global que supera la economía de los territorios objeto de ciudades medias y pequeñas, probablemente las más sostenibles a largo plazo, si es que mantienen su hálito de vida, masa crítica y capacidad de acceso.

El río Guadalmedina es un ejemplo de proyectos indecisos, entre desarrollistas y sostenibles, objeto de concursos de ideas (2102), concursos de planes especiales (2016), actuaciones de maquillaje (murales y grafitis, vías ciclistas, etc.); todo ello sin que se llegue a una aclaración sobre los planes de embovedado y los de los "puentes-plaza", los corredores de tráfico laterales y los múltiples procesos de distracción o manipulación sobre su futuro como eje vital de la ciudad.

El Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga también es crucial como centro tecnológico de empresas o negocios, en lo que cuenta la ambigua y deliberada indefinición acerca del Club Málaga Valley, una asociación de empresas que hace más negocio virtual y proyección de imagen pese al poco empleo real que crea.

CAPÍTULO 8
LA CIUDAD COMO MARCA Y LA MULTITUD COMO REFERENCIA

La ciudad busca el reconocimiento en una marca que la mantenga viva en el mercado y la llene de multitudes consumistas y viajeras que no paren de atender a su llamada. El nuevo ciclo augura larga vida a las marcas que se ligan a instituciones empresariales, financieras, centros de arte o a universidades. El caso de Santander es sintomático, porque todo (empresa, negocio, arte y universidad, etc.) está fagocitado de alguna manera por la marca, sea Banco de Santander o Grupo Santander, pertenece o está apoyado por el nombre de la marca más universal de la banca. El reconocimiento de la marca y la identificación de clientes con el destino puede tener efectos no contemplados hasta ahora, lo que lleva a pensar que hace falta, también en Santander, considerar qué impactos tendrá la marca del banco sobre la de la ciudad. Especialmente cuando la ciudad tienen un Plan General Desarrollista de 2012, con una sentencia contraria del Tribunal Supremo de Cantabria por el exceso de viviendas/habitantes previsto (261.000 habitantes y 35.316 viviendas en 2024) y, a la vez, se encuentra muy bien situada en las listas de *smart city*.

Málaga, otra *smart city* de referencia, alcanzará la cifra de 500.000 cruceristas y 298 buques de cruceros en 2017 (12,5% y 18,2% más que en 2016), es decir, el equivalente a 5/6 de la población anual visitará la ciudad

como crucerista. A pesar de que San Sebastián no tiene puerto de cruceros, ya sufre presiones antisistema contra el turismo, que genera un 13% de su PIB. Cifras similares a las de Andalucía. Es indudable que el problema es de límites y que estos son volátiles. Es decir, que hace falta generar multitudes para crear las marcas y para reconocerse en ellas. Pero mucho más difícil es saber cuánto se pueden forzar sin romperse. Es significativo que el Plan Nacional de Reformas busque un crecimiento del 20% en el PIB del sector industrial pero luego no diversifique los instrumentos territoriales de la economía regional para ayudar a las redes de ciudades.

Las grandes compañías son las más beneficiadas por la revolución digital, que monitoriza los hábitos y va reconociendo las tendencias y las marcas, de forma que agrupa a los consumidores siguiendo lógicas de escrutinio basadas en encuestas en los mercados masivos de acuerdo con las alianzas del transporte aéreo (y los demás) y con las aspiraciones viajeras, por las que los viajes se convierten en paquetes familiares para conseguir un gasto cerrado per cápita y un beneficio basado en lo que el turista hace y visita en su destino, en su crucero y en su apartamento turístico, sus desplazamientos.

Es lo que se describe como "ciudadano monitorizado". Es decir, ciudadano resultado de las combinaciones del *big data*, que pone su perfil al servicio de las bases de datos de las plataformas de alquiler de apartamentos y servicios turísticos y así ayuda a establecer las tarifas oligopolísticas, permitiendo que se fijen en función de lo que los consumidores pueden gastar, como se hizo con el cálculo de las hipotecas. Este análisis es muy sofisticado en términos de transporte, estancia, estacionalidad, consumo fijo y "discrecional" para establecer el tipo de turista y la capacidad del destino que lo acoge en

términos de beneficio global de la oferta ("paquete") de manera cada vez más afinada.

La ciudad de Málaga está en menos manos debido a la concentración de operadores turísticos globales que tienen gigantescas bases de datos operativos y que deciden los negocios puntuales, los beneficios y los métodos a emplear en una ciudad abierta como Málaga. Málaga es un campo de pruebas porque todos sus fenómenos tradicionales, como la Feria, la Semana Santa, los carnavales, la Navidad, adquieren una dimensión multitudinaria que va desde la Noche en Blanco a la Noche de San Juan, pasando por muchos eventos a los que se unen los festivales, los cruceristas, las aglomeraciones al aire libre y la capacidad de acogida de eventos, deportivos, sociales o religiosos.

En ese sentido Málaga reúne las condiciones espontáneas de un espacio de oportunidad, al que no sele pone ningún límite y al que se le añaden constantes citas en la agenda, sean congresos, ferias como Japón-España, concentraciones empresariales y citas de todos los estilos. A estas condiciones ofrece los estímulos políticos a la caza de visitantes y las capacidades de clima y transportes, población cosmopolita y elementos de anclaje de acontecimientos atractivos de todo tipo.

Un análisis de la evolución de los acontecimientos, en relación con las multitudes y las masas monitorizadas que acuden en fechas señaladas, habituales o no, daría idea de los impactos que tienen lugar en los entornos espaciotemporales significativos y de la masa crítica que pueden congregar, así como de los umbrales de carga que Málaga soporta especialmente en las zonas centrales y el puerto. En 2017 se ha descargado de visitantes, en parte,

la Feria de Agosto, con el desvío hacia el Recinto Ferial de Teatinos, pero los datos de impacto económico no son del todo solventes. Todo el conjunto de actores tiende a agrandar el público y su gasto per cápita. Falta una investigación a fondo de los alcances que tales concentraciones pueden tener y de las inversiones, beneficios y costes necesarias para conseguirlo. Ese sería el paso para una aproximación a la sostenibilidad del binomio “masa crítica/multitud” en términos de sostenibilidad ambiental y económica, pública y privada, en ingresos-gastos-empleo, etc.

CAPÍTULO 9

LA AMPLIACIÓN DE LA RED DE CIUDADES DE DESTINO TURÍSTICO

Lo que ocurre con el centro de Málaga (Ozomek, 2017), es decir, la concentración en un solo lugar pequeño y necesitado de un cambio de escala, ocurre también con el resto de ciudades de Andalucía. Con Sevilla se inició un eje de acción conjunta de la Universidad de Sevilla y la UMA que ha acercado después a los gobiernos de las ciudades. El protocolo firmado en 2015 entre Málaga y Sevilla coincidió con el aniversario del Campus de Excelencia Internacional (CEI) Andalucía Tech (2010). Las Escuelas Internacionales de Posgrado y Doctorado integran la dimensión internacional del CEI, que seguirá asentada sobre los cimientos del eje entre Asia y América, con la Universidad de California en Berkeley (UCB), el acuerdo con la Universidad de Harvard o la sede de Andalucía TECH en la Universidad de Incheon (Corea).

Después de algunos recelos de las ciudades andaluzas ante el acuerdo entre las dos ciudades antes rivales, se han sumado Granada y Córdoba a ese "eje"[22], que, más propiamente, es una posible red de ciudades, para intensificar el uso turístico, la gestión unificada de reservas, las plataformas de agencias, viajes, hoteles y otras cuestiones, que parecen más propias de las consultoras de optimización de TIC aplicadas al turismo.

Nadie de entre los sectores políticos implicados de los partidos

mayoritarios le da importancia a la escala de la economía regional, pues eso ya se considerarían palabras mayores, en este estado de semianalfabetismo acerca de planificación pública que estamos padeciendo. La competencia entre ciudades y territorios es tan acerada que introducir un debate sobre los límites y el territorio como retícula de solidaridad compartida suele llevar a incomprensiones de todos los colores. La visión de la rentabilidad como eje de las políticas públicas coincide con la incultura de la evaluación de las mismas, lo que las hace con frecuencia acríticas en la práctica.

Lo cierto es que un espacio de estas dimensiones es una unidad funcional dinámica para todo conjunto de políticas y debe comportarse y estudiarse como un conjunto socioeconómico y ambiental con preguntas/respuestas comunes y estrategias también entrelazadas ante la erosión, los impactos, el empleo y el medioambiente, entre otras. Esta realidad es muy evidente en la Andalucía que se encuentra al oriente del valle del Guadalquivir, como unidad geomorfológica de estructura económica muy diferenciada, que incluye las capitales. También incluye las vegas de las áreas metropolitanas, junto con los litorales, a veces muy separados en iniciativas parecidas. Por ejemplo, el litoral de Granada Costa Tropical no tiene nada que ver con Málaga Costa del Sol. Son necesidades perentorias de todo el sur y el Mediterráneo hacer frente a aquellos problemas comunes a los corredores de transporte ferroviario y materializar los desafíos de agricultura ecológica y la innovación tecnológica, además de las áreas logísticas. En el mismo sentido que podría tener una futura Agenda 2020-2050 de la Diputación Provincial de Málaga, se está poniendo cada vez mayor énfasis en la multiplicación de usos productivos en el Corredor Mediterráneo[23]. Aflojar la tensión económica

sobre el turismo de masas es una alternativa saludable tanto para el sector turístico como para proyectar nuevas influencias convergentes con una masa crítica de mayor impacto en la sostenibilidad general del territorio.

Muchos de estos asuntos están estudiados en la Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente de Andalucía, RIS3[24], en la que se fijan las estrategias de innovación en Andalucía 2014-2020, pero muchas veces estas estrategias parecen paradójicamente segregadas de los ámbitos de la realidad donde tienen lugar los fenómenos productivos y de empleo en el sector turístico. Como bien predican estos documentos —con tan poco encaje posterior en las políticas urbanas reales—, "el concepto de área urbana debe completarse con el concepto de 'redes urbanas policéntricas' como opuestas al monocentrismo. Avanzar hacia un mayor policentrismo a nivel nacional y a nivel europeo en su conjunto puede ayudar a limitar la expansión urbana (continuos urbanos espacialmente desestructurados) y favorecer las estrategias cooperativas y las estrategias en red entre las ciudades. Se generarían así economías más eficientes y más sostenibles y un desarrollo regional más equitativo"[25]. No se puede objetar nada a estas observaciones en destinos turísticos de ciudades monumentales con centros históricos atractivos y a tan corta distancia entre unas y otras que pueden ser objeto de *tours* conjuntos combinados o interconectados con el tráfico de cruceros.

FIGURA 15
PROYECTO IMPULSADO POR LAS UNIVERSIDADES DE SEVILLA Y MÁLAGA



FIGURA 16
ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA



La red o retícula centro-oriental de Andalucía equilibraría la costa y el interior con grandes posibilidades de desarrollo cohesivo de las ciudades y con respuestas comunes a las demandas de los operadores turísticos, lo que crea expectación en torno a las posibilidades de acciones conjuntas y complementarias que reviertan más y mejor en las poblaciones afectadas y eviten la saturación de destinos y áreas centrales colmatadas en exceso por la avalancha de turismo masivo.

Una malla que fuera un tejido territorial de asiento de población preparada, es decir, una malla de tecnología, innovación y talento, tendría que contar con una serie de redes de influencia socioeconómica en los sectores de mayor impacto en agricultura ecológica, telecomunicaciones, turismo y medioambiente, con planes estratégicos provinciales confluyentes para equilibrar los impactos urbanos sobre las ciudades de destino, repartir y

distribuir cargas y beneficios y prevenir los impactos negativos o indeseables.

Sobre el medioambiente, habría que proponer una batería de medidas complementarias en cuestiones de agua, erosión, depuración, contra el cambio climático y a favor de las zonas más degradadas, y habría que promover la creación de planes de restauración del paisaje combinados con los planes de rehabilitación urbana.

CAPÍTULO 10

EL PAPEL DE MÁLAGA EN LA ECONOMÍA REGIONAL Y TRANSFRONTERIZA

En lugar del orgullo local, tan jaleado como seña de identidad y elemento emblemático de la atracción protagonista e "identitaria" de Málaga (o de cualquiera de sus ciudades hermanas), por sus valores y su clima y su peculiar apertura cosmopolita al exterior, convendría compartir las políticas transfronterizas después de evaluar las posiciones relativas de ventaja propias de cada una, tanto en referencia a la UE como a África y su ribera mediterránea, Latinoamérica y Asia.

Los antecedentes de la Cooperación Transfronteriza entre Málaga y Marruecos[26] son más de 10 años y 28 proyectos entre el Ayuntamiento de Málaga y los municipios y la sociedad civil del norte de Marruecos, desde la Iniciativa Comunitaria Interreg II y IIIA España-Marruecos hasta los POCTEFEX I y II. Los objetivos pasan por elaborar modelos urbanos sostenibles, reforzar la cooperación establecida entre las ciudades con el fin de articular las líneas generales de colaboración ya iniciadas, a través del desarrollo socioeconómico y la sostenibilidad medioambiental de nuestras comunidades. En el periodo de programación 2014-2020, los programas de cooperación con Marruecos, cofinanciados por la UE, pasan a formar parte

del Instrumento Europeo de Vecindad, que se concentrará en el Atlántico medio y actualmente se encuentra en proceso de negociación.

La potencia económica bien diversificada, junto con las sinergias de agrupar y construir nuevas redes de ciudades son una garantía de fortaleza futura para las propias ciudades y su territorio entendido como *hinterland*, más allá de las áreas metropolitanas. Pero ninguna de estas redes tendrá suficiente fuerza si no se estructuran medidas para contrarrestar los efectos inducidos por el control del negocio turístico, no solo en manos de los grandes operadores financieros, sino también de las plataformas de gestión de datos. Si los ayuntamientos no se convierten en mediadores de los servicios turísticos, seguramente quedarán sepultados por estos. Como ocurrió con el *software* libre, ahora vivimos una situación en la que no se pueden mitigar efectos sobre las grandes corrientes tendenciales del fenómeno turístico sin disponer de los elementos de información y de las aplicaciones bajo las que funcionan. Son necesarias reformas legales y económicas para inducir pautas de comportamiento gratuitas de acceso a servicios públicos que eviten los automáticos retornos de beneficios en las empresas públicas, o cofinanciadas con subsidios públicos, pero sometidos a la misma lógica de rentabilidad convencional a toda costa. Dichas pautas tienen que estar al servicio del común de la ciudadanía y no al servicio particular de las empresas, pero estas son meras terminales digitales del poder financiero, ya que se utilizan para captar fondos desde los puntos centrales del proceso de gestión de servicios turísticos, partiendo desde la oferta a la demanda, pasando por la concentración de la orientación de destinos y su redirección interesada en función solo del máximo retorno de beneficios que establezcan a su vez las

empresas de turismo cotizadas en bolsa.

La dificultad de articular TIC de código abierto en entornos ya clientelizados por el *low cost* es evidente. La otra vía de reequilibrio sería la de crear nuevas ordenanzas, fiscales, urbanísticas, y seguir una vía tradicional para adelantarse a los procedimientos expandidos por el "bajo coste" en la gestión turística y los transportes. "El consejero delegado de Ryanair, Michael O'Leary, reconocía que las bancarrotas de Monarch (5 millones de viajeros), Air Berlin (29 millones) y Alitalia (24 millones) suponen una oportunidad añadida de crecimiento en Reino Unido, Alemania e Italia para la líder del *low cost*. "Hay otras líneas aéreas de la UE con problemas financieros que, según creemos, las seguirán", apuntó el histriónico directivo" (Muñoz, 2017). Es evidente que una sola ciudad no tiene capacidad para hacerlo y solo una acción coordinada puede afrontar ese empeño con alguna garantía de éxito. La necesidad de una transparencia de las aplicaciones parece encontrarse en la dificultad intrínseca de lo público para reequilibrar reglas de mercado. Lo que ocurre es que, sin una posición legal del Estado o de la UE, es muy difícil conducir procesos que eviten los actuales daños colaterales.

Aun así, Málaga está inerme ante los abusos de los grandes operadores porque su concepción "atrapatodo" no pone límite alguno a los excesos del actual desarrollismo turístico sin control, que busca y ofrece todas las ofertas a la vez sin poner coto a ninguna, ni en sus políticas indiscriminadas hacia el turismo de masas ni en su proyecto de desarrollo inmobiliario y de construcción en general. Un desarrollismo turístico que siempre pospone las medidas ambientalmente más saludables, el empleo verde y las medidas más

avanzadas en saneamiento, depuración, limpieza, reforestación y ahorro energético, que son más nominales que efectivas, siempre dirigidas a mantener un estatus de marca, pero no a cambiar sustancialmente las estrategias de movilidad, de producción y de empleo hacia la economía circular y el fortalecimiento de la sociedad civil.

Un ejemplo es el discurso contra el tranvía en superficie y las constantes diatribas contra la expansión del metro, la apuesta por los autobuses y la lentitud en la incorporación de energías renovables, itinerarios verdes, parques arbolados y eliminación de "islas de calor". Por el contrario, la práctica urbanística habitual conduce al calentamiento global de la ciudad, al sellado de suelos y a la nula preocupación por las medidas de mitigación del cambio climático. Las señales desarrollistas son inequívocas en iconos ejemplares, como el que avala el Ayuntamiento en el Hotel Torre del Puerto, que plantean un impacto paisajístico irreversible como si fuera imprescindible para el futuro de la ciudad, cuando es el hotel el que desequilibraría definitivamente al centro, creando una reserva de lujo en el peor sitio, pero en el espacio público recuperado y moviendo a la especulación en altura en otros lugares tal vez menos insostenibles. Todo este proceso especulativo se pretende pese a que el Ayuntamiento no ha resuelto ni ejecutado las grandes piezas urbanas objeto de convenios urbanísticos fallidos que tanto especuló a principios de siglo. La cara amable del desarrollismo es la que se está llevando a cabo con el turismo cultural, pero su trasfondo es completamente retrógrado. Ni la Manzana Verde está siendo gestionada ni los demás proyectos tienen un ensamblaje realmente sostenible.

Es muy preocupante que esa precariedad oculta no solo se mantenga, sino

que se ponga como ejemplo del “modelo Málaga” y pretenda expandirse a otras provincias, cuando su aclamado “éxito” lo es solo de reconocimiento de marca y sus beneficios son exclusivamente promocionales y empresariales.

La evaluación de las políticas públicas seguidas en la ciudad indica que, pese a lo dicho anteriormente, existen márgenes legales de actuación inmediata que aún no se han agotado, proyectos y gestiones que pueden priorizarse sin poner en marcha la temida revisión del PGOU de 2011, que no se ha ejecutado más que en una mínima parte, quizá afortunadamente para la ciudad. Ese respiro permitiría acometer estrategias internas del plan de etapas, que adelantaran la rehabilitación pendiente o que adelantaran los planes de vivienda pública ahora paralizados y las facilidades para un parque de vivienda social que ayudara al acceso de los jóvenes a la vivienda. Así como se le han cedido a la Iglesia los equipamientos de interés público y social (SIPS) y se van a comprar a buen precio al obispado terrenos en la zona del seminario, no se discuten los lucrativos negocios de los convenios y se rebajan constantemente los compromisos adquiridos por los promotores inmobiliarios para que no paguen las cantidades acordadas en su día (Braser, Martiricos, Repsol, etc.).

En la ordenación del comercio influye la dejadez en la sobreocupación de las terrazas y veladuras, la expulsión de residentes y el hostigamiento a los vecinos. Estas no pueden ser las “señas de identidad” de un proyecto que tampoco es la enseña emblemática que nos quieren hacer creer y que nos quieren hacer exportar acríticamente. Antes hay que hacer otros deberes.

Por lo tanto, hay que revisar y aprobar, entre otros, cambiando criterios obsoletos y delimitaciones anticuadas, el PEPRI Centro, el Plan Municipal de

Movilidad, indicando cuáles deben ser las pautas para las peatonalizaciones, ordenanza de entornos monumentales, los planes parciales de los convenios urbanísticos, revisar la ordenanza hotelera, las de ocupación de vía pública, crear una de apartamentos turísticos, revisar las tasas municipales y cambiar la cultura del "todo vale" por una selección de los proyectos que conduzcan a un turismo sostenible en una ciudad sostenible. Los "ejes" que se creen deben tener, antes de nada, un marco estratégico que aúne sus respectivos planes, ya sean en Andalucía o los de carácter transfronterizo. Y eso significa medidas en la comunidad autónoma y no nuevas leyes, además de las que ya tenemos.

EPÍLOGO

Como hemos intentado demostrar, la globalización de los mercados turísticos tiene que ver con motores de búsqueda, matrices de redes, matemáticas avanzadas, algoritmos y contabilidad mucho más que con lo que, a menudo, nos imaginamos subliminalmente, como ocio, viaje, descanso y libertad de destino. Saber esto no implica ningún menoscabo del negocio turístico, al menos para los profesionales que lo conocemos y cuidamos para que sea sostenible y duradero. Para lo que sí sirve es para constatar que, sin adecuar las políticas municipales a un fenómeno global que las supera con creces en magnitudes y en métodos, será imposible que las ciudades turísticas acoplen sus estrategias a las matemáticas de un sector que ha aprendido en los últimos años a manejar el I+D+i con una gran destreza aplicada y con una verificación de resultados contables de alto nivel.

La razón es que las matemáticas han alcanzado una altura en el manejo de la gestión turística muy considerable. Una supremacía que se basa en la teoría de los juegos y de los "incentivos" aplicados a la práctica computacional de sistemas de información muy sofisticados de los cuales las ciudades son sujetos, la mayoría de las veces pasivos-competitivos, porque se producen en situación de información asimétrica. Los mercados la tienen y las ciudades no, o mucha menos. La cooperación asistida por la criptografía y

los sistemas de datos culminan el proceso; un proceso en el que son las ciudades las que componen la escenografía, en tanto las tramoyas de carácter simulador de relaciones informacionales están basadas en máquinas que proponen modelos de aprovechamiento de datos de los consumidores, considerados jugadores competitivos en procesos de subastas de precios en los que las decisiones se toman por procedimientos digitales de cifrado. De manera que estamos ante la vigencia (y la superación) de los supuestos —entre otros — de las teorías de John Nash, por un lado, en cuanto a los jugadores y sus componentes de economía de tretas y las máquinas que imitan los comportamientos cerebrales atisbadas por Alan Touring, por otro, para hacer efectivos los mayores beneficios de la industria turística en todo el mundo. El principal cambio es la homologación de las teorías neoliberales de la destrucción creativa, tanto en las finanzas globales como en las ciudades globales.

El "equilibrio de Nash" no conduce necesariamente a situaciones eficientes, pero es curioso que la forma normal de estrategia del juego es una matriz de pagos o "recompensas" y lo recibe en forma de árbol de decisiones. Su traslación a juegos competitivos se basa en desoír las lógicas cooperativas y atender la combinatoria de decisiones concatenadas de información y decisiones que solo una parte de los jugadores conoce (Nash, 1996). Es decir, a la competitividad de decisiones sobre informaciones asimétricas.

El proceso de Turing consiste en la comparación de patrones y la contestación de las preguntas basadas en "sistemas de entrada" característicos de sistemas modulares, basadas en dominios específicos de información que funcionan de forma algorítmica y trabaja sobre simuladores

que alteran el problema del “marco” o el modelo de “modularidad masiva”[27], que podría estar en la base de la tecnología de la cadena de bloques y en el uso de recompensas mediante criptomonedas.

El simulador del proceso de oferta-marco decide sobre el procedimiento de subastas de modelos de información asimétrica con una alta componente informal o azarosa, lo que añade especiales circunstancias de incertidumbre a la proliferación de modelos matemáticos. Si a estos modelos computerizados añadimos factores de inducción de resultados, estamos ante procesos difíciles de controlar dentro de su propio modelo de simulación de oferta y demanda.

Dicho esto, intentar explicar la delgada línea roja que separa el negocio turístico de los grandes negocios desregulados que hay en el mundo es tan difícil como tratar de que las ciudades sean las protagonistas de las políticas urbanas que corrijan los excesos del modelo actual y limiten los efectos negativos de la masificación de la industria 4.0 del turismo global. Si el turismo ha conseguido un avance sustancial con la innovación tecnológica, las ciudades no pueden hacer frente a sus impactos sin una innovación similar en muchos de sus problemas estructurales, que pasan por hacer un seguimiento de los grandes flujos y tendencias y combinarlos con los modelos estratégicos, utilizando a la vez tácticas de emergencia, en los casos en que el previsible deterioro de algunos entornos urbanos privilegiados empieza a dar señas de alarma. La modelización digital de los procesos estratégicos urbanos es clave para contrapesar y balancear los impactos simulados por las grandes compañías en torno únicamente al beneficio empresarial.

El urbanismo de puntos y planos, de ejes y tramas, ha de dar paso al urbanismo de redes combinado con un nuevo concepto de los bloques de

datos. En cambio, la prospectiva ha adelantado poco porque las estrategias se limitan a despejar el camino a los grandes procesos de intervención del capital en las ciudades turísticas. Allí donde el turismo asegura una atracción continua, la medición y evaluación de efectos colaterales se convierte en una tarea casi imposible. Los grandes retos de la tecnología y el conocimiento tienen muy poco que ver con el derecho urbanístico entendido casi como una legislación estanca proveniente del derecho administrativo, que va sufriendo lentas modificaciones temporales ante la aparición de fenómenos vinculados a problemas puntuales de vivienda o transporte; solo parece moverse más deprisa mediante la asignación de estrategias más novedosas cada vez que se revisan los supuestos de partida. El urbanismo con sus procedimientos ha ido cediendo el paso a la realidad de los impactos procesados según tácticas de verificación basadas en hechos consumados.

En España, un factor esencial ha sido cómo, por qué y de qué forma, después de la recesión, el turismo se ha incardinado en el Ministerio de Industria y cómo el hecho de que nuestro país sea la tercera potencia turística mundial ha dado primacía a la Sociedad de la Información y a la Agenda Digital, frente a los organigramas anteriores, más cercanos al comercio. Los saltos cualitativos van más lejos, pues, de la estructura acordada por el Tribunal Constitucional y sus sentencias acerca del urbanismo y la ordenación del territorio como competencias autonómicas, hemos pasado a un Plan Nacional de Ciudades Inteligentes, ¡incluso con Normas AENOR incluidas! y un proceso de caracterización de la inteligencia de los destinos que afecta de lleno en definición y políticas públicas —esto es, normativa y financieramente—, a destinos y turísticos y ciudades inteligentes; y, muchas

veces, a los dos a la vez, completados con Fondos FEDER y Estrategias EDUSI que van acoplándose —con flagrantes intenciones de superación normativa y financiera, esto es, eficacia—, a los planes generales y de ordenación del territorio.

Esto lleva a concluir que el nuevo urbanismo de la salida de la crisis en 2018 se parece poco al anterior a 2006. De hecho, no puede asimilarse ni siquiera al urbanismo de los tres niveles de la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona, o a las innovaciones en materia de sostenibilidad de los indicadores urbanos de Vitoria y Sevilla. Resulta que conceptos como uso, densidad, altura, ocupación, compacidad, aprovechamiento tipo, etc., etc. son muy poco útiles a la hora de enfrentar fenómenos. La coincidencia de Barcelona, Ámsterdam y París entre los grandes del turismo afectados por el *boom* de las masificaciones acrecienta la inseguridad a la hora de tratar estos temas en ciudades medias e intermedias, ciudades-patrimonio de la Unesco, ciudades con rico patrimonio o menos patrimoniales, pero igualmente turísticas. Ciudades como San Sebastián, turísticas y culturales de siempre, o ciudades que pasan, como Málaga, a ser turísticas y culturales en un plazo relativamente corto.

Como muestra, bastaría estudiar los efectos del optimismo tecnológico en los mismos cinco apartados que señala la consideración positiva de la tecnología *blockchain* aplicada al turismo, como hemos visto antes: la economía distribuida, los bloques de datos en cadena, las monedas virtuales y las plataformas en línea de fijación de reservas, visitas, viajes y paquetes turísticos integrados de ocio y cultura, sujetos a mercados y focos de atracción mundiales. Estos elementos pueden producir efectos negativos en

determinados sitios y circunstancias. Están regulados por el beneficio contable y descontrolados, en una gran mayoría de casos internacionales, por grupos que trabajan en o para empresas radicadas en paraísos fiscales, que tributan muy poco en los países de destino y en su gran parte están vinculados a las bolsas de los mercados mundiales, los fondos de inversión y los grandes operadores de transporte o alojamiento. Estos efectos "negativos" que acompañan al balance tecnológico, por otra parte muy saludable para la racionalización de la industria, explican cómo las "cadenas de valor", si se asimilan a las cadenas de bloques para hacer más efectivo el beneficio —pero sin tener debidamente en cuenta los sitios y las poblaciones afectadas—, pueden dar beneficios lucrativos muy cuantiosos. Sin embargo, también pueden dejar muy al margen los repartos de las plusvalías sociales, encarecer las garantías y los seguros, precarizar los empleos, bajar los salarios, inducir oligopolios de las redes de oferta, discriminar las obligaciones fiscales y hacer muy verosímiles las orientaciones de destinos a los lugares que más beneficio produzcan a los operadores globales.

Estos son efectos muy indeseables para los turistas, pero también para las ciudades de destino y, en consecuencia, para las ciudades turísticas, si están influenciadas por el turismo de masas en la versiones que más dependen del *low cost* en términos de transporte y alojamiento y en el consumo de productos combinados de tipologías de turismo atractivas, desde el "sol y playa" al "turismo cultural". La desregulación producida por el P2P y las plataformas llega al punto de no tener en cuenta las condiciones o limitaciones urbanísticas de usos, intensidades, límites horarios de ocupación equilibrada de espacios públicos, calidad de vida de los residentes y otras

muchas cosas.

El turismo va a seguir siendo la gran fábrica de producción y consumo de ocio y desplazamiento de masas. La sociedad del espectáculo necesita de escenarios virtuales y reales, cambiantes y temáticos, en los que los sueños de millones de personas se vean realizados en estereotipos de movilidad global que ya no concuerdan con las experiencias del viaje, sino con el consumo de espacio tiempo y el aumento de la realidad virtual frente a la experiencia perceptiva directa y el contacto dialogante con personas de otras culturas y países. La subversión de esos intercambios se ha transformado en una cuestión mercantilizada hasta tal extremo que pretende ser una relación dual entre operadores anónimos y anónimos turistas, un trueque que carece de intermediación alguna y se produce en red, prácticamente sin contacto físico.

El turismo ha pasado a ser en 2018 una actividad tecnológica lucrativa, altamente profesionalizada, con medios de producción tecnológicos que se alquilan y donde la plusvalía se obtiene del modo de producción y de la multiplicación indefinida de transacciones, incluso con divisas y fiscalidad propia o particular, con escaso empleo y altamente cualificado en procesos digitales. Cuando es legal y opera en países con regulación, es regulada; es opaca, sin embargo, cuando lo hace en paraísos fiscales: capitalismo sin reglas. El viaje ya no es objeto de pactos entre operadores y países, o entre visitantes y residentes intercambiando experiencias y divisas, sino entre turistas y grupos globales de inversión en ocio y consumo de alojamiento y transporte. Este pacto es relativamente excluyente para las ciudades de destino porque, salvo por adecuarse a anecdóticas bases operativas de

cruceros, transportes aéreos o reservas hoteleras, se convierten en objeto de acción de las corporaciones, que son las que deciden, a través de plataformas en red, acerca de los servicios de alquiler de alto valor añadido, sin localización física en territorios de soporte real.

Dubái, Boston y Shanghái, entre otras muchas ciudades del mundo, han puesto en marcha procesos de innovación digital y digitalización del urbanismo que abarcan nuevos indicadores del PMB basado en nuevas sensibilidades y en las visiones ajustadas a la lucha contra el cambio climático como marco general de sostenibilidad y la ciudad radical democrática[28] como marco operativo. Esto se refleja en el derecho a la ciudad (Borja, 2017) como filosofía urbanística y en las Agendas Urbanas 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU aprobados en 2016.

El turismo es un nuevo factor de riqueza y bienestar, pero también de impacto y desigualdad espacial y de renta. Hoy no es posible actuar en concertación con los grandes operadores globales del turismo. Las estrategias "ciudad a ciudad" se desarrollan —con unas tradiciones históricas y morfologías cambiantes con instrumentos específicos y locales particulares y modos de gestión mucho más lentos y fijados por legislaciones a veces anticuadas o desfasadas de la innovación digital— frente al fenómeno P2P y las tecnologías *blockchain*, deslocalizadas y vertiginosamente audaces en la "fidelización" de ofertas y clientelas de turismo masivo, la orientación de destinos "inteligentes" y la fijación de precios, seguros y servicios fuera del control fiscal y urbanístico de las ciudades atractivas del mismo. Se necesitan acuerdos globales, redes de ciudades digitalizadas en los servicios y controles urbanísticos flexibles en cuanto a la capacidad de adaptación a los escenarios

de unas demandas cambiantes y tornadizas, sujetas a azares y cambios dependientes de condiciones a veces arbitrarias o caóticas.

En otros casos, se acrecentará la división entre visitantes y residentes de cada destino turístico. Además, hemos visto que la desigualdad conduce muy rápidamente a la exclusión y la pobreza y, más allá, a la reducción de calidad y atractivo del destino turístico; tanto por saturación como por pérdida de identidad y riqueza de la experiencia del turismo. El doble esfuerzo de los ayuntamientos consiste en articular las medidas de inteligencia urbana local, los procesos de innovación digital en la ordenación del territorio y el urbanismo, la preservación del espacio público y los monumentos, mediante redes de ciudades que gestionen los procesos digitalmente y estando coordinadas entre sí. Algo realmente posible en la UE, a nivel de cada país y también entre los países que son líderes turísticos y además vecinos como Francia y España.

Los ayuntamientos tienen la obligación de cambiar sus patrones, organigramas y prospectivas de innovación, dando nuevas pautas de organización y estructura interna a los ayuntamientos para que tengan capacidad de anticipación y maniobra para contrarrestar los efectos nocivos de los fenómenos que afectan a la ciudad, como la alteración de las condiciones de vida en los centros que produce la proliferación de apartamentos turísticos. De otra manera, quedarán relegados a posiciones subordinadas en materia de urbanismo; porque el urbanismo de hoy es impensable sin la incorporación de la sostenibilidad y no se pueden hacer políticas disociadas de turismo, cultura y urbanismo o de centro y periferia sin agrupar los problemas y las alternativas que se desprenden de cada sector

a unas políticas integradas de ciudad. Una delegación municipal de urbanismo no puede ser impotente ante políticas contradictorias de turismo en las áreas centrales, en museos y cultura. Esta es la situación que vivimos hoy. Políticas de ciudad cada una por su lado y operadores globales organizados bajo un negocio tecnológico con retos unificados para el beneficio empresarial.

Mientras se consigue este cambio de cultura, cabe hablar de alcanzar pactos o tratos a nivel más humilde, entre ciudades y operadores, para fijar límites a los desorbitados desequilibrios que han provocado la ausencia de adecuación entre las tecnologías urbanísticas y los indicadores urbanos de sostenibilidad, los límites y repartos económicos y fiscales, los mecanismos de la industria turística 4.0. De lo contrario, estaríamos ante lo que podría denominarse la dialéctica del truco o trato[29]. Esa especie de maldición de la ciudad y sus habitantes, si no se hace trato, implica que no haya trucos que hagan más desigual el negocio turístico y sus beneficios entre usuarios y víctimas. Si tenemos en cuenta que la población más mayor y, en general, el envejecimiento global son el objeto de turismo y de ciudades, en tanto que los más jóvenes se convierten en objetos de la explotación de esa desigualdad a gran escala y, por ello, en la ruptura generacional, lo que implica que unos operen al servicio de otros por salarios indignos de ese nombre.

Si nos atenemos a la dicotomía que expresa la interpretación de "dulce o susto", podemos hacer una metáfora fácil entre los más elementales servicios de hostelería y restauración, la construcción y el "sol y playa" y la incertidumbre de los otros sectores, de mayor complejidad y más a largo plazo, como son congresos, tecnología y cultura. Estamos en la época de

dicotomías entre un tiempo de neoliberalismo extralimitado y la exigencia de cambios que demanda la población más joven respecto de su inmediato futuro. El caso de Málaga es elocuente al respecto.

El "modelo Málaga" tiene un potencial turístico enorme, porque tiene posibilidades alternativas al desarrollismo que se ha extendido en la Costa del Sol desde los años sesenta y en la capital a partir del siglo XXI, pero es inseparable y muy dependiente de la evaluación continua de los elementos que han sido la base de su II PEM. Los elementos de los últimos 15 años de crecimiento imparable del turismo de masas están directamente vinculados a la configuración sostenible o insostenible de sus políticas urbanas. El Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Centro Histórico de Málaga, por ejemplo —que todavía se encuentra en periodo de avance a inicios de 2018—, será un instrumento inservible si se prosigue la destrucción imparable del centro, la terciarización, la gentrificación y la expulsión de residentes con la imparable demanda de apartamentos turísticos, frente a los que el Ayuntamiento no tiene herramientas de regulación, siendo inapropiadas e ineficaces las de la Junta de Andalucía y el Estado (si las hay).

El problema es que se trata de un modelo que podría calificarse de *start-up touristic city*, con perfiles *smart* y perfiles de turismo de masas de calidad media baja. Esto lleva a una ciudad de "bajo coste" para los turistas y "alta discriminación" para los residentes. Una ecuación tradicional en el turismo originalmente difundido, pero inaceptable en las condiciones de masas del siglo XXI.

Es condición necesaria la investigación de las cuentas, la contabilidad, la

rentabilidad real del turismo. En el caso de Málaga, de Andalucía en general, se oculta su bajo valor añadido. El turismo versión "atrapalotodo" no deja tanto beneficio, como se suele creer, en términos de empleo, renta per cápita y capital humano. Por esta razón, los flujos y los impactos del turismo han de equilibrarse para que este sea crecientemente sostenible y no al revés. Las ciudades tienden a ser una gran caja de monedas en la que parece existir una máquina tragaperras en la que se paga por todo a través del móvil, con el que se cierra el bucle de negocio tecnológico.

Málaga no es ilimitadamente desarrollable en turismo si no se acometen reformas de su estructura productiva y ambiental. Pobreza cercana al 30% y deuda municipal estimada en 532,3 millones de euros son cifras que hablan por sí mismas. El beneficio neto está muy inclinado a favor de los operadores globales internacionales, ni siquiera existen, como hace unos años, constructoras, promotoras o empresas hoteleras locales. Todas están en manos de fondos de inversión, anónimos y globales, como el equipo de fútbol, el hotel rascacielos del puerto o las principales bolsas de suelo vacante, paralizadas por una gestión lenta y burocratizada, en tanto se dinamizan todas las operativas de maniobra de los grupos del sector turístico. Falta, precisamente por eso, una batería de medidas colaterales para redistribuir el turismo espacialmente en la ciudad, repartir socialmente sus beneficios y evitar el desarrollo ilimitado de los operadores principales, sin que la ciudad tenga nada que decir, proponer o exigir. El PGOU de 2011 es demasiado rígido, la Administración está muy anquilosada y las tendencias mundiales son muy atrevidas como para poner umbrales a ese crecimiento desaforado.

Evitar la *masificación*, la *gentrificación* y la *turistización* es prioritario para

mantener la calidad de vida, pero no existen herramientas dignas de ese nombre. Es importante devolver a la ciudad su cohesión social y anclar elementos productivos y creativos a la industria cultural y tecnológica. El retorno por un millón de euros en turismo de 13,8 empleos en Andalucía es completamente ridículo, aunque sea común a otras comunidades. El efecto multiplicador en España es de 1,47 de media y en Andalucía es aún más baja, ya que por cada euro que consume un turista, produce por valor de un euro y siete céntimos. En términos sociales, "micro", que afectan a la población joven de Málaga capital, aún lo es más. El impacto económico y el retorno del turismo no se miden con rigor, específicamente para la ciudad. Los museos franquicia son deficitarios y obligan a constantes subvenciones municipales, con empleos precarios de muy bajo salario y muchos directivos de baja cualificación y productividad. El retorno se calcula sobre los beneficios de los operadores turísticos, no sobre la ciudad de destino y su entorno socioeconómico.

Es inexcusable hacer las cuentas con los datos reales de las plataformas de operadores y con sus sistemas digitalizados y bases de datos actualizadas. De otra maneran es imposible saber qué se juegan las ciudades en la economía turística, más allá del éxito aparente.

Además de la baja cultura en economía circular, empleo verde y gestión de las energías, recursos y resiliencias, la sostenibilidad no se mide en términos científicos. En términos ambientales, un crucero contamina como un millón de coches al año (2017), y Málaga recibe 298 barcos, con más de 500.000 cruceristas al año. La ciudad tiene muchas carencias en eficiencia de los edificios y transportes públicos, gestión del agua y residuos y limpieza, como

para echar las campanas al vuelo tras las campañas de marketing.

No obstante, se conocen las cifras que demuestran que los impactos son insostenibles para el tamaño de los flujos y los daños colaterales son excesivamente altos en desempleo, precariedad, uso y rotación intensivos, burbuja de alquiler, alza de precios de suelo y vivienda, desigualdad y exclusión de población del centro.

La ciudad permanece alegre, confiada y expansiva a pesar de que el gasto público en cultura no se reinvierte en creación de capital social. Tampoco se activa el tejido cultural local y la industria creativa propia en sectores tradicionales —salvo los ya existentes— o en nuevos sectores como la animación, el 3D, los negocios audiovisuales, etc. Las administraciones local y autonómica se centran en las subvenciones y los trabajos precarios basados en las becas, los subsidios burocráticos y el empleo juvenil subvencionado para cubrir los expedientes de las políticas sociales autonómicas, que no acaban por crear siquiera empleo a corto o medio plazo.

Aparte de la precariedad del turismo, que puede cambiar de destino si cambian las circunstancias geopolíticas del mediterráneo —de lo cual no hay indicios, pero sí incertidumbres de prospectiva a medio plazo—, el principal problema es que Málaga no presta atención real ni suficiente financiación e inversión para recursos hídricos y energéticos y contra el cambio climático, tanto en la relativa mucho mayor inversión dedicada a otros asuntos (museos, festivales, pago de la deuda, etc.), como en la falta de una ruta global de la ciudad para hacerse con la fortaleza física y de recursos necesaria para no sufrir reveses inesperados por fenómenos naturales (riadas, temporales), como por cambios de tendencia en los mercados del turismo global o situaciones de

riesgos ambientales imprevistos.

El cambio climático en Málaga, aparte de la escasez de agua y autonomía de recursos energéticos, es notorio en el fenómeno de las "noches tropicales" (mínimas por encima de 22 º en noches de verano), las "islas de calor" (mucha pavimentación indiscriminada, menos árboles urbanos y zonas de evapotranspiración potencial y el río Guadalmedina —muy artificializado en su último tramo—, que contribuye a la subida de las temperaturas de un entorno urbano muy amplio y poblado de la ciudad y de su eje hotelero en la ribera central, que se ve obligado a hacer uso continuo del aire acondicionado).

En definitiva, Málaga se mantiene sobre un discurso dual, que puede ponerse, por una parte, como modelo de iniciativa de nuevas tecnologías aplicadas a sectores y experiencias positivas y, por otra, como modelo de regresión ambiental en los principios de un desarrollo o funcionamiento resiliente y sostenible a medio plazo. Ese modelo debe explicarse desde los dos puntos de vista, es decir, desde la posición de los intereses generales y desde los intereses empresariales, no como ocurre ahora, volcado solo a los últimos.

Además de otras consideraciones, nada de esto queda fuera del gran reto urbano de incorporar las matemáticas avanzadas a los procesos de *big data* que las ciudades han acogido tan entusiásticamente en relación con la "monitorización" general de los ciudadanos y aquellos decididos a realizar cualquier actividad que tenga que ver con el sector turístico. Las ciudades que optan por el *big data* no saben que están optando a la vez por el *pay for all* o "pago por todo" que lleva acarreado como contrapartida. La consecución

de terminales de ciudadanos en los móviles que son a la vez bancos, seguros y geolocalizadores de expectativas de compra debe tener contrapartidas que, hoy por hoy, no son ni mucho menos generalizadas.

El ciudadano está "monitorizado" como protagonista pasivo de un juego de letras y números en los que se sabe todo de sus anhelos y preferencias. Las respuestas que se le ofrecen están codificadas de forma computacional y llenas de sugerencias de "marca" y propaganda que constituyen señuelos para aceptar el truco y no exigir el trato que un pacto de operadores y ciudades debería ir contribuyendo a construir. Un conjunto de simuladores de nuevos marcos digitales sería más útil que la mera conformación de los datos para establecer perfiles de compra y convertirlos en paquetes de consumo turístico que le vengan bien a las empresas y corporaciones globales, pero no tanto a los clientes potenciales y a las ciudades de destino turístico tomadas en una superficial inteligencia de racionalidad del beneficio del sector.

La información que se tiene del consumidor-turista-potencial es tan amplia que puede establecerse un modelo matemático que simule sus perfiles cambiantes, cuáles serán sus preferencias y opciones de viaje a lo largo de los años y la evolución de los cambios en función de tendencias, en tanto que las ciudades solo pueden aceptar las consecuencias del juego económico que se establece sobre sus tejidos urbanos y tratar de remediar su consecuencias si son negativas o de extender sus beneficios si son positivos.

Málaga, enero de 2018.

ANEXOS

ANEXO 1
CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL TURISMO EN ESPAÑA

EN SEIS MESES, UN MILLÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS MÁS (14,38% MÁS)[30]

- El turismo ha sido un sector clave para intentar salir de la crisis, sobre todo desde 2014, gracias a las ramas de servicios de alojamiento y actividades de alquiler. Pero su capacidad de generar empleo se muestra por debajo de la media del conjunto de la economía andaluza. Por cada millón de euros inyectado en el sector turístico se generaron 10,6 y 8,6 empleos en 2010 y 2014, respectivamente, frente a una media en Andalucía del 13,8. El efecto multiplicador, más allá de los números victoriosos que esgrimen las administraciones, es muy bajo. "Hay un efecto multiplicador de 1,47. Por cada euro que consume un turista, la economía andaluza produce por valor de un euro y siete céntimos".

- Por cada euro que consume un turista, la economía andaluza produce por valor de un euro y siete céntimos, es un efecto multiplicador muy bajo. Un crucero contamina tanto como un millón de coches (2017).
- Andalucía además afronta el debate sobre la necesidad de una reconversión en zonas colmatadas, como la Costa del Sol, por ejemplo. "Será la tozudez del mercado la que ajuste tales problemas", señala el informe, subrayando el "interés actual de los fondos de inversión (rusos, británicos y asiáticos, entre otros) en Málaga y en la Costa del

Sol".

- Refugio para el ladrillo: el sector turístico siempre ha estado muy vinculado al inmobiliario en Andalucía, sobre todo en las zonas costeras. Ahora, el fenómeno se extiende también a las ciudades. Según la Consejería de Turismo, hay 23.084 viviendas turísticas que suman 121.082 plazas en el Registro oficial. La Junta reguló por decreto este tipo de alojamientos desde mayo de 2016. En 2015, las cifras que se manejaban señalaban 79.501 plazas y 19.455 viviendas, según figura en el informe de la Universidad Loyola.

SOLO AIRBNB GESTIONÓ 187.000 PISOS TURÍSTICOS

- Las plataformas de reservas de alojamiento, de transporte compartido, liberalización del taxi o alquileres de inmuebles propiedad de fondos de inversión no son exactamente lo mismo, pero se parecen demasiado a bolsas "atrapatodo".
- Uber, Homeaway, Airbnb, Booking o BlaBlaCar capturan todo tipo clientes en sus redes.
- La mayoría de estas empresas son escurridizas al fisco, a las autoridades urbanas y a la justicia distributiva.
- Según Infolibre, "Airbnb tuvo en España 5,4 millones de clientes en 2016, pero solo pagó 55.211 euros en impuesto de sociedades. La filial española AMS, con 21 trabajadores y dedicada al marketing, solo declara 136.772 euros de beneficios, ya que los ingresos por las comisiones de los alquileres van a una sociedad irlandesa".
- "Airbnb gestionó 187.000 pisos turísticos en España, cobrando tarifas de servicio en cada transacción".
- En el marco del capitalismo sin reglas —más mutante que nunca—, sin fiscalidad homogénea, el beneficio de las nuevas empresas proviene de la adquisición de información. La transformación en capital se hace por distribución y apropiación del valor que produce el

almacenamiento, venta o acceso a datos. Sin sedes ni propiedades llamativas, el acceso es el privilegio de empresas que controlan viviendas y transportes, por no decir alimentos o energía.
- Al incentivar la subasta como vía de transacción económica entre particulares, suben los excesos de valor más importantes, que se apropia la empresa que almacena y procesa la información.

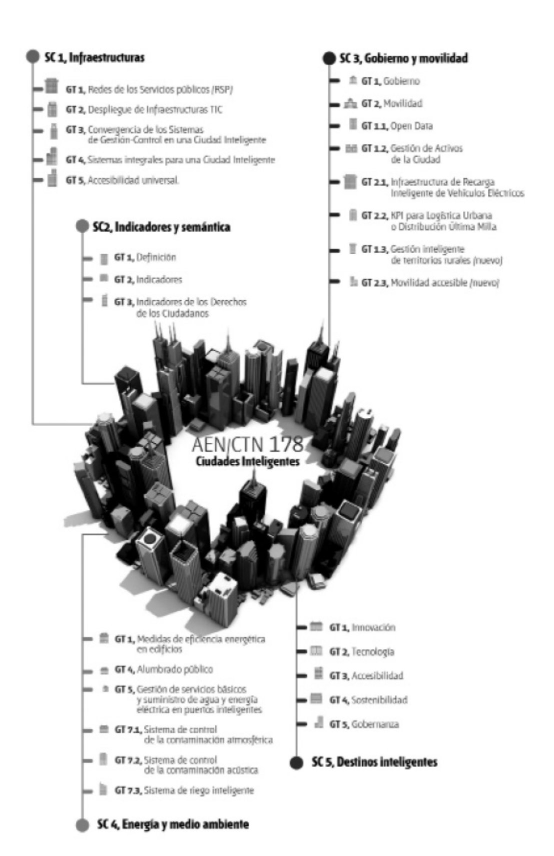
TURISMO INTELIGENTE, CAMBIO CULTURAL, TECNOLOGÍA DIGITAL

- Los españoles se alojan más en viviendas turísticas.
- La tendencia de un mayor uso de los pisos turísticos no afecta solo a los viajeros internacionales. Este fenómeno también crece entre los que residen en España.
- De abril de 2015 a abril de 2017, se alojaron en viviendas vacacionales unos 9,7 millones en sus viajes por España, según el Barómetro de Alquiler Vacacional en España, publicado por HomeAway y elaborado por la Universidad de Salamanca. Esto supone un crecimiento del 14,38% respecto a los dos años anteriores.
- Pese al incremento, solo el 10% de estos viajeros residentes en España escogen los pisos turísticos para acomodarse. La inmensa mayoría prefiere el hotel, en una proporción bastante mayor que los visitantes extranjeros.
- En el informe de 2015, según destaca el Foro Económico Mundial, “la posición de liderazgo de España [en turismo] llega gracias a la buena clasificación mundial en riqueza cultural [primer puesto], su habilidad para apoyar digitalmente las búsqueda de entretenimiento [cuarta posición] —una medición que refleja cómo el país se ha adaptado a los hábitos de consumo llegados con la revolución digital—, así como unas excelentes infraestructuras”.
- Para escalar al primer puesto, este año, ha sido clave el desarrollo

digital que ha vivido el sector turístico español, reconocido por la OMT.

- Como destaca el Foro Económico Mundial, es bastante constatable que el turismo en España ha dado el salto de masas gracias al señuelo cultural, que motiva la sublimación del viaje, y a la tecnología digital, que los hace posibles en las condiciones de oferta y demanda fijadas por el mercado del ocio, que es el que agrupa los distintos segmentos del viaje y la motivación última del mismo.
-

- **FIGURA 17**
  ESTRUCTURA DEL COMITÉ TÉCNICO DE NORMALIZACIÓN AEN/CTN 178 PARA EL DESARROLLO DE LAS DIFERENTES NORMAS UNE



FUENTE: AENOR (2015): "LAS NORMAS PARA LAS CIUDADES INTELIGENTES". DISPONIBLE EN: HTTP://WWW.AGENDADIGITAL.GOB.ES/PLANES-ACTUACIONES/BIBLIOTECACIUDADESINTELIGENTES/MATERIAL%20COMPLEMENTARIO/NORMAS_CIUDADES_INTELIGENTES.PDF

EL MONUMENTO COMO CENTRO DE PRODUCCIÓN DE DESTINO

- Según Romano Toppan (2010), las cadenas de valor en la economía del turismo coinciden en el destino, porque "el lugar de producción y el lugar de consumo son idénticos" y el uso del lugar es un préstamo por tiempo limitado, a veces tan corto que la masificación acelerada se confunde con fluidez. La masificación del monumento corre paralela a la desertificación de la ciudad. La rotación del monumento es clave.
- Los museos se convierten en la cadena de distribución de flujos.
- El centro urbano se transforma en un paquete de consumo.
- El monumento actúa como centro de atracción del destino turístico.
- El cambio actual de las ciudades se produce para convertirlas en objeto de calificaciones y marcas lo que confunde ciudad real y ciudad virtual.
- Las dimensiones de las áreas urbanas centrales producen identidad centralizada. Esto requiere estrategias de regeneración particularizadas en el contexto global.
- El equivalente de la gentrificación de los centros históricos es el de la saturación turística de los sitios monumentales porque unos y otros padecen un problema que la arquitectura digiere muy mal: la presión humana incesante sin espacios/tiempos de amortiguación. Es un problema distinto en el paisaje cultural, en el entorno rural o el de montaña. Se podría decir que el destino monumental es un lugar de ultraconsumo con elementos de autofagocitación.
- La cosificación del destino llega a su extremo cuando se virtualiza el espacio patrimonial y se visita en formas selectivas que ya cierran el acceso o excluyen de las condiciones de confort de la visita a los

turistas que no van organizados por un operador turístico o un paquete conjunto de empresas operadoras. El cambio radical es el de la segregación masiva de las vistas y la vuelta a la selectividad de la experiencia concertada proprecios e inaccesible a los individuos si no van en grupos concertados previamente. Esa cadena es la que garantiza la plusvalía del lucro empresarial y en ella son determinantes las tecnologías de reserva y las concertaciones previas o subastas de precios.

ANEXO 2
PAISAJE Y TURISMO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

CONVENIO EUROPEO DEL PAISAJE

El Convenio Europeo del Paisaje —aprobado por la UE en Florencia en 2000 y ratificado por España en 2008— parte de la idea de que todo paisaje es territorio y viceversa, por lo que su aplicación se refiere a todo tipo de espacio y no solo a los paisajes relevantes.

Con esta definición, cabe destacar el doble papel del paisaje de acuerdo con su consideración como elemento de interés general. De una parte, como recurso para la actividad económica por su vinculación con los valores culturales, ecológicos y ambientales, en donde la gestión del paisaje puede contribuir a la creación de empleo. Y, de otra, subrayando el papel del paisaje como entorno de la vida cotidiana de la persona, vinculado, por tanto, a su calidad de vida tanto en las zonas urbanas como rurales, y tanto para los paisajes relevantes como para los cotidianos u ordinarios.

El paisaje está relacionado con la identidad de los distintos territorios y, por tanto, de ahí su consideración como componente del patrimonio no solo natural sino también cultural.

En este sentido, alerta sobre la acelerada transformación que están

sufriendo los paisajes y reivindica su calidad y diversidad como factores a valorar, proteger e incentivar. Destaca al respecto la importancia de definir los valores a conservar, previa definición de los objetivos de calidad paisajística por la sociedad; y de establecer políticas de intervención pública (proteger, conservar, mejorar, restaurar o, en su caso, crear paisajes) participadas y consensuadas, al menos, con la población usuaria de esos paisajes.

CRECE EL TURISMO RURAL Y URBANO

- El turismo rural en la provincia de Málaga en julio contó con un 62,3% de viajeros más que en el mismo mes en 2016, y las pernoctaciones alcanzaron un 67,6% más que en el mismo lapso de tiempo anterior, según informó la Diputación.
- Asimismo, el auge de los apartamentos turísticos también se vio reflejado en los datos, que presentan un aumento del 19% en viajeros y del 11,7% en pernoctaciones respecto a julio de 2016. La Diputación de Málaga destacó “el equilibrio en el crecimiento entre el mercado nacional y el internacional en esta tipología” y señaló que hubo un crecimiento del 13,6% de españoles y un 21,7% de extranjeros.

RESUMEN: TURISMO EN MÁLAGA EN 2015

- Liderazgo de los destinos urbanos.
- El crecimiento de la ciudad es muy superior al registrado por el conjunto de la provincia (3,78%), la comunidad autónoma (3,93%) y España (4,93%).
- También por detrás de la capital se sitúan Madrid (11,59%), Córdoba (6,91%), Granada (6,85%), Sevilla (6,62%), Zaragoza (6,05%),

Valencia (3,61%), Barcelona (2,45%) y Bilbao (-0,20%).

- Congresos: 61 congresos, en los que han participado casi 40.000 personas, un 15% más que en el mismo periodo de 2013.
- Foro Samsung: 8.000 distribuidores y 2.000 periodistas; Convención Herbalife, que trajo a la ciudad a casi 3.000 personas.
- Cruceros: entre enero y mayo han llegado a Málaga un total de 88 barcos, con 159.897 cruceristas.

RESUMEN: TURISMO EN MÁLAGA EN 2015. PRIMER SEMESTRE

- Los hoteles de la capital han alojado a más de 500.000 turistas antes de que comience la temporada alta.
- Las pernoctaciones han crecido casi un 15%.
- El empleo hotelero ha crecido un 4,6%.
- El grado de ocupación se ha incrementado en más de un 11%.
- El impacto económico ha superado los 500 millones de euros. Estas cifras han sido posibles gracias a la recuperación del mercado nacional y a los crecimientos de los mercados extranjeros, especialmente Estados Unidos, China, Dinamarca, Italia y Países Bajos.
- Según el Barómetro de la Rentabilidad y el Empleo de los Destinos Turísticos Españoles, el ingreso medio por habitación disponible (RevPAR) en este periodo es de 42 euros, dos más que el promedio de los destinos urbanos de España.
- En el último año, el ingreso medio por habitación en la ciudad ha crecido un 17,7%, mientras que la variación media de los destinos urbanos españoles ha sido del 3,6%.
- Durante la temporada alta, todas las previsiones oficiales coinciden en que el turismo crecerá más de un 10%.

RESUMEN: TURISMO EN MÁLAGA EN 2015. SEGUNDO

SEMESTRE

Nunca antes se habían alcanzado estas cifras en un solo mes en la ciudad:

- En los meses de junio, julio y agosto se han alojado en los hoteles de la ciudad un total de 312.218 turistas, un 7,7% más que en el verano de 2014, que ya se caracterizó por registrar también unas cifras históricas. Estos viajeros han registrado 689.934 pernoctaciones, un 6,1% más. Estancia media: En verano ha alcanzado los 2,21 días, y el grado de ocupación, que se ha situado en el 83,2%, un 4,2% más que en el mismo periodo del año pasado.
- La ciudad cierra el año batiendo nuevos récords: 1,1 millones de viajeros, más de 2,3 millones de estancias hoteleras y casi 1.450 millones de euros de impacto económico.
- En el acumulado de los ocho primeros meses del año la ciudad ha registrado ya un total de 732.744 viajeros, un 5,1% más; y 1.505.148 pernoctaciones, un 3,2% más. De esta forma, Málaga ha vuelto a crecer en todos los parámetros por encima de la media provincia, autonómica y nacional.
- Solo en agosto se han alojado en hoteles de Málaga un total de 115.753 viajeros, un 6,1% más que en el mismo periodo de 2014. Estos turistas han generado en la ciudad un total de 262.237 pernoctaciones, un 2,2% más.

ESTADÍSTICAS DE MUSEOS DE MÁLAGA, 2016

- Las estadísticas a cierre de enero a las que ha tenido acceso SUR establecen que por el Pompidou malagueño han pasado 187.793 personas en diez meses. Si se realiza la proyección con un ejercicio anual, el dato quedaría en 225.351 visitantes. Serían 24.649 visitas menos de las 250.000 que habían calculado los promotores del proyecto para la filial instalada en el Cubo del Puerto, que cuenta con

una asignación municipal en torno a los 2,5 millones de euros, según los últimos datos ofrecidos por el Gobierno local.

- Por su parte, las cifras del Museo Ruso (con una aportación municipal cercana a los tres millones de euros) distan un poco más de lo previsto. Así, al finalizar el mes de enero, por las salas de Tabacalera pasaron 95.732 personas, lo que dejaría la afluencia anual en 114.878 visitantes, 35.122 asistentes menos de los 150.000 calculados para la franquicia asentada en Tabacalera.
- A la hora de poner los datos de las dos filiales en contexto, cabe recordar que el MPM tuvo en su ejercicio inaugural 423.387 visitantes, mientras que el año pasado (con una asignación de 4,7 millones de euros por parte de la Junta de Andalucía) batió su récord, con 489.610 personas.
- A finales de enero, por el Pompidou habían pasado 187.793 personas y por el Museo Ruso 95.732 visitantes. El CAC registró en su primer año 112.000 visitantes y en 2015 (con una inversión municipal en torno a los tres millones de euros y la entrada gratuita) contabilizó 555.888 asistentes. El Museo Carmen Thyssen, por su parte, sumó 184.000 visitantes en su primer año y el pasado ejercicio (con una aportación municipal de 2,1 millones de euros en su presupuesto) contabilizó 168.473 visitas.

IMPACTO DEL TURISMO SOBRE CENTROS Y PAISAJE URBANO EN MÁLAGA: GENTRIFICACIÓN ACELERADA E IRREGULAR

- El número de turistas que se hospeda en pisos de alquiler sube un millón en seis meses en España.
- El gasto total de los foráneos que se alojan en viviendas particulares, campings y albergues crece el doble que la media.
- Los alquileres en Málaga en zonas céntricas superan los 1.000

euros/mes.

INFORME DE SITUACIÓN SOBRE VIVIENDAS TURÍSTICAS CIUDAD DE MÁLAGA, 14 DE FEBRERO DE 2017

- El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga ha realizado un estudio basado en los datos aportados por la Junta de Andalucía en febrero de 2017, sobre el número de viviendas turísticas en la ciudad de Málaga y el porcentaje correspondiente en cada distrito.
- El total de viviendas registradas de mayo de 2016 a febrero de 2017 son 1.301.
- Una vez analizados los datos de las viviendas turísticas por distritos, el distrito Centro destaca sobre los demás con el 75,25% y, junto a los distritos Este (10,91%) y distrito Carretera Cádiz (4,92%) suma el 90% de viviendas turísticas de Málaga capital.
- La mesa del turismo sugiere medidas […] como esta […] Una norma […] obligará a las […] webs de alquiler vacacional a […] informar a Hacienda […] del negocio. Reunión del Foro de Turismo de Málaga, SUR, 13 septiembre 2017. El Foro de Turismo de Málaga propone llevar a la Fiscalía las plataformas que incluyan inmuebles no declarados. Medidas blandas e inútiles ante empresas multinacionales.
- Málaga crece +6% de viajeros en 2017. Los hoteles suben de precio el 38%, hasta 109 euros de media, más que en toda España (16%, 102 euros).

ANEXO 3
DATOS SOBRE EL TURISMO EN MÁLAGA

LOS FLUJOS E IMPACTOS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

- El presupuesto del Ayuntamiento de Málaga es de 749 millones de euros y la deuda municipal malagueña, de 532,3 en 2017. Emasa es el departamento municipal con un mayor nivel de deuda, después del Ayuntamiento como tal. La empresa de aguas debe a los bancos 114 millones de euros.
- El precio de la vivienda confirma su tendencia al alza en este 2017. El valor del metro cuadrado construido ha subido en un año un 10,4% en la provincia y un 12,2% en el caso de la capital, según el OMAU con datos hasta junio 2017.
- La Costa del Sol occidental ya está en prealerta por las reservas hídricas. El aeropuerto de Málaga gana un millón de viajeros hasta junio y crece un 13,7%[31]. Registró 8,3 millones de viajeros en el primer semestre y casi 62.500 vuelos, según Aena.

TURISMO EN MÁLAGA: PROBLEMAS GLOBALES AGRAVADOS

- Gran concentración de la demanda: tres comunidades concentran más de la mitad. Cataluña, Baleares y Canarias. Más de 44 millones de turistas en total. Con Andalucía y Madrid, destino del 90% de los

turistas extranjeros.

- Precariedad laboral: el crecimiento no aumenta de forma similar al número de empleados. Mientras que entre 2008 y 2016 el número de turistas extranjeros aumentó un 20%, el número de plazas hoteleras en un 9% y la rentabilidad media por habitación en 11 puntos, el número de trabajadores del sector solo ha crecido un 0,63% en este mismo periodo (Fundación Alternativas, 2017; CC OO Servicios, 2017).
- Aumento de la "turismofobia": ciudades y zonas concentradas. Los vecinos han protagonizado diferentes campañas antiturismo. Se quejan del aumento de precios de la vivienda, desaparición del comercio tradicional y aumento de ruido y suciedad, que provocan problemas de convivencia. No ven claras las ventajas que el turismo les reporta.
- Uso de recursos naturales: alto impacto ambiental y climático en áreas vulnerables (Organización Mundial de Turismo, 2017; Climate Change and Tourism Frequently Asked Questions, 2017).
- Se calcula que cada millón de turistas que recibe España consume y genera 11 millones de litros de combustible, 300 millones de litros de agua, 2 millones de kilos de alimento y 25 millones de kilos de CO_2 y toneladas de residuos, que ensucian playas y valiosos ecosistemas marinos y terrestres. Se estima que el sector produce el 5% de las emisiones de gases de efecto invernadero a nivel global.
- El 75% de estas emisiones se producen durante el viaje y el 20% durante la estancia. El resto están relacionadas con las actividades realizadas en el lugar de destino.

VAMPIRIZACIÓN TURÍSTICA

- El centro urbano actúa como un paquete de consumo rotacional y estacional y es el corazón explotado de la ciudad todo el día y todo el año.
- Los museos son la cadena de arterias de distribución de los flujos para

distribuir el intercambio entre el centro y el monumento.

- El monumento es el centro de bombeo de sangre para la producción de consumo y de destino (Alcazaba, Teatro Romano, catedral son los sistemas de válvulas, venas, aurículas y ventrículos).

MÁLAGA HA CONSTRUIDO EL 74,9% DEL DOMINIO PÚBLICO MARÍTIMO-TERRESTRE EN EL LITORAL DE LA PROVINCIA

- Greenpeace alerta de la destrucción de la primera línea de costa en Málaga: advierten de que "las dos únicas zonas sin construir de playa en Málaga capital están bajo la amenaza del ladrillo".

ACCIONES NECESARIAS PARA MANTENER EL FRÁGIL ECOSISTEMA DE MÁLAGA

- Proteger e innovar recursos, agua, fauna, riesgos, reservas, sendas, sitios…

- Preservar el paisaje patrimonial evitando su transformación y utilización consumista.
- Diversificar el turismo sostenible, sin caer en la banalización del *smart tourism*.
- Limitar el crecimiento hasta el umbral responsable y rehabilitar el territorio y los paisajes alterados.
- Actuar contra el cambio climático en Málaga es más necesario que nunca.

MÁLAGA: PUBLICIDAD Y MARKETING URBANO

- El frágil renacer de hoy proviene del 2003: de la peatonalización de la calle Larios, el MPM y el CAC; pero es subvencionado. Carece de

liderazgo social, es más desigual, más competitivo, menos sostenible y más desesperanzado. Edificios destruidos, especulación y cambio de manos del patrimonio se disimulan por la moda y el marketing urbano de los gestores.

- Hoy la estrategia competitiva dirigida por el Ayuntamiento malagueño canaliza los flujos de las inversiones turísticas para obtener valor lucrativo de la concentración de museos y beneficio sobre áreas muy pequeñas del centro, explotadas por métodos de rotación temporal intensiva de los servicios turísticos.
- Con un paro superior al 20%, empleo subprecario y salarios de subsistencia, los precios de la burbuja del alquiler de apartamentos turísticos y la expulsión de residentes, impuestos y gentrificación, Málaga (31% de pobreza en 2017 según AIS Group) está cometiendo el error de no prevenir los vacíos sociales y urbanos comunitarios.
- La segunda década del siglo XXI es un periodo corto en plazo y largo en la destrucción de expectativas de su comunidad. Instituciones públicas compiten en *laissez-faire* y el barniz cultural de los agentes privilegiados por la Administración domina la cultura y el turismo. Un periodo de consumismo que no crea tanta ciudad como la que deja decaer.

ÚLTIMOS DATOS DE 2017[32]

- Crece la rentabilidad hotelera y el aeropuerto suma hasta octubre un incremento del 12% en pasajeros
- Málaga, en la International Travel Trade Show (WTM) de Londres, ha confirmado las expectativas que se manejan para el cierre de este año 2017. Si la capital arrancó este ejercicio con unas perspectivas de crecimiento de en torno al 5%, pasados estos últimos 11 meses ese porcentaje se acercará más al 10%, según los datos que maneja el área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga.

- Estos números consolidan aún más a Málaga como el destino urbano que más crece en el país, gracias al empuje de los turistas extranjeros, al auge de los apartamentos turísticos y a una oferta que une al sol y playa otros segmentos como la cultura, el patrimonio o la naturaleza, es decir, que actúan como elementos desestacionalizadores. Si hace unos años la capital ni siquiera contaba en los rankings turísticos, ahora es destacada por los expertos como un destino a batir. De hecho, este verano, según la patronal Exceltur, Málaga fue la ciudad costera en la que más creció su rentabilidad hotelera, con más de un 18%. También Exceltur colocó el pasado año a Málaga como la quinta ciudad del país con más relevancia turística.
- En 2017, con datos del Instituto Nacional de Estadística hasta septiembre, Turismo resalta el importante salto que han dado los apartamentos turísticos, con un incremento en el acumulado del año de un 138% en el número de viajeros frente al periodo enero-septiembre de 2016. Málaga, además, fue la capital española que registró un mayor incremento el pasado septiembre, con un 87,9% y superando a otras ciudades andaluzas como Sevilla o Córdoba.
- En los primeros nueve meses del año, han sido 145.517 los viajeros alojados en apartamentos turísticos, 84.432 más que en ese periodo en 2016, superando a otras localidades malagueñas como Marbella, Torremolinos o Fuengirola. El crecimiento experimentado por la capital supera a la media de incremento tanto provincial como andaluz. Ocurre lo mismo en los hoteles, con un 7,87% más de viajeros y un 3,73% más de estancias en los establecimientos de la ciudad, una subida basada en el incremento de los emisores extranjeros (+17%), ya que el mercado nacional, como ocurre en otros destinos, se mantiene en números negativos.
- En 9 meses de 2017, Málaga ha sido la segunda capital con más crecimiento del país. La previsión es que acabe el año en el número 1. El grado de ocupación hotelera ha sido hasta septiembre del 79% de media, con una estancia de 1,93 días. Para la capital, su principal

emisor es la propia Andalucía, con un 15% de los turistas que visitan Málaga, seguida del mercado británico, con casi un 10%, y Madrid: es decir, predomina el turismo de cercanía y el que disfruta de buenas conexiones aéreas directas, caso del Reino Unido.

- Los datos del aeropuerto de Málaga en octubre: un 7,1% más de pasajeros y un 7,5% más de operaciones —en los primeros 10 meses el crecimiento es del 12% en viajeros—. Reino Unido se mantiene como principal destino.

BIBLIOGRAFÍA

BARÓN BIRCHENALL, L. F. (2008): *El juego de imitación de Turing y el pensamiento humano*, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

CC OO SERVICIOS (2017): Informe de la Actividad Turística y el Empleo, 2016.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1992): Programa Comunitario de Política y Actuación en Materia de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible. Instituto de Investigaciones Ecológicas, Madrid.

FLORIDA, Richard (2010): *La clase creativa*, Paidós.

FUNDACIÓN ALTERNATIVAS (2017): Informe sobre Sostenibilidad en España, 2017, Cambio de Rumbo, Tiempo de Acción, Madrid.

GONZÁLEZ CHECA, Fabián (2017): "¿Por qué fluctúan los precios de vuelos y hoteles?", *Huffington Post Blogs*, 26 de septiembre.

GUÍA PARA LA GESTIÓN SOSTENIBLE DEL USO DEL AGUA, disponible en http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST297ZI75918&id=75918

HERCE, José A. (2017): "El turismo se reinventa", *El País*, 2 agosto.

HERNÁNDEZ PEZZI, Carlos (2017): *Alternativas a la ciudad caótica*, Miguel Moya Editores, Agapea, p. 208.

MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, J. y ESTEVE SELMA, M. A. (2006): "Desertificación en España: una perspectiva crítica", *El Ecologista*, 48, pp. 40-42.

— (2005): "A critical view of the desertification debate in Southeastern Spain", *Land Degradation and Development*, 16, pp. 529-539.

MINISTERIO DE FOMENTO (2005): Anuario Estadístico de Fomento de 2005. Disponible en www.fomento.es

MUÑOZ, R. (2017): "El bajo coste ya supone el 52,5% del mercado", *El País*, 5 de noviembre.

NASH, John F. (1996): *Essays on Game Theory*, Edward Elgar Publishing, p. 91.

OBSERVATORIO DE LA SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA (2006a): Sostenibilidad en España 2006, Ediciones Mundiprensa, Madrid.

— (2006b): Cambios de Ocupación del Suelo en España. Implicaciones para la Sostenibilidad, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2017): Climate Change and Tourism Frequently Asked Questions.

OZOMEK, A. (2017): "Cultura, Turismo y Desarrollo Local: el modelo de Málaga a debate. El crecimiento turístico y cultural de Málaga... ¿un desarrollo sostenible?", Colectivo en Defensa del Patrimonio Histórico de Málaga, Universidad Internacional de Andalucía, 25 de septiembre.

SCHNABEL, S. y GÓMEZ GUTIÉRREZ, A. (2014): "Avances de la Geomorfología en España 2012-2014". XIII Reunión Nacional de Geomorfología, Cáceres.

SUDJIC, D. (2017): *El lenguaje de las ciudades*, Ariel.

TOPPAN, R. (s. f.): http://www.romanoto ppan.com/wp-content/uploads/2013/05/BEIRUT_PALERMO_Preliminary-Project_2010.pdf

— (2010): "Cultura y desarrollo. Hacia una economía del intangible", VII Congreso Internacional, Arpa.

TURING, A. (1950): *Máquinas de computación e inteligencia*, texto íntegro en inglés disponible en http://www.loeb ner.net/Prizef/TuringArticle.html

NOTAS

1 . Para más información, véase http://www.sismotur.com/media/resumen_ejecutivo_blockchain_sismotur.pdf

2 . Disponible en http://monedascriptograficas.blogspot.com/2015/04/que-son-las-monedas-criptograficas.html

3 . Disponible en http://www.infotechnology.com/online/Que-es-blockchain-la-tecnologia-que-viene-a-revolucionar-las-finanzas-20160810-0001.html

4 . "La digitalización es la base de la llamada industria 4.0 o 'industria inteligente', llevada de la mano del *internet de las cosas* (IoT), la comunicaciones *machine to machine* (M2M), el *cloud*, *big data*, etc. Las aplicaciones industriales requieren un grado creciente de confianza y protección de la privacidad. La prueba de la existencia, del origen o de un registro consecuente de la pista gana la importancia. Confiar en las marcas de tiempo y la integridad de los datos de los sensores puede ser un requisito crucial. Recopilar información, ordenarla e interpretar los distintos tipos de datos que generan los sensores, por ejemplo, suple de grandes ventajas empresariales, como asimismo compartirlos sin que surja ninguna duda de que vayan a modificarse. Por ello, las aplicaciones industriales requieren un grado creciente de confianza y protección de la privacidad. Sin descuidar que tienen que estar en un entorno fiable. Por ello, *blockchain* tiene el potencial de cambiar la forma en que la empresa digitalizada se aproxima a los grandes datos, con una mayor seguridad y calidad de datos", disponible en https://grupogaratu.com/que-es-blockchain-usos-y-ventajas/

5 . Disponible en https://www.hosteltur.lat/111380_blockchain-cinco-ventajas-su-aplicacion-turismo.html

6 . Disponible en https://www.hosteltur.com/123772_blockchain-amenaza-intermediacion.html

7 . Disponible en academia.edu https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo= 498265 y https://www.academia.edu/12772267/TOURISM_AS_SOFT_COMMUNISM?auto=download

8 . Disponible en http://www.diariosur.es/turismo/parlamento-europeo-pide- 20171016210722-nt.html "Tajani ha cifrado en 25 millones de euros al año el presupuesto necesario para cofinanciar 75 regiones y aumentar el número de turistas procedentes de Rusia y China, 'una primera llave' para

abrir nuevas puertas, también al mercado americano. El nuevo presupuesto específico para el sector turístico en la UE debe girar sobre cuatro ejes: el uso de los fondos con más eficacia, fomentar la formación para ajustarse a las nuevas exigencias del mercado, una gobernanza común para abordar la revolución digital y explorar las sinergias y colaboraciones, empezando por China", Antonio Tajani.

9 . "Muchas de las iniciativas tecnológicas se centran en ahorrar costes o generar ingresos, pero TUI cree que *blockchain* puede hacer ambas cosas, aunque el enfoque inicial está en el primero. Sin embargo, su proyecto de esta tecnología es básico en sus planes globales esbozados en su estrategia para 2022". "BedSwap, que, utilizando *blockchain*, permite a TUI cambiar su propio inventario hotelero entre diferentes puntos de venta según la demanda que se registre y puede flexibilizar sus márgenes de venta en función de ella, lo que es posible gracias a integrar los sistemas de *revenue management* de TUI con el *blockchain*". "El siguiente paso en esta iniciativa es, potencialmente, enlazar su PMS a los sistemas de *revenue* conectados con el *blockchain*, de manera que TUI podría aplicar su estrategia de *revenue* a cada una de las habitaciones de todo su *portfolio* de forma diferente. Y a partir de ahí, los datos de los clientes del PMS podrían asimismo ser alimentados en la plataforma de *blockchain*. Conectándola a un motor de marketing TUI, estaría en disposición de construir un motor de propensión y crear una relación de marketing uno a uno con sus huéspedes", disponible en https://www.hosteltur.com/123772_blockchain-amenaza-intermediacion.html

10 . Una versión previa de este texto ha sido publicada en el *Huffington Post* el 5 de octubre de 2017. Disponible en http://www.huffingtonpost.es/carlos-hernandez-pezzi/el-turismo-no-mata-la-ciudad-pero-si-deja-secuelas_a_23231390/

11 . "La competencia de los alojamientos colaborativos, por otra parte, con o sin plataformas digitales, pero no regulados, es inaceptable. Quienes ejercen la actividad turística sin cumplir con las responsabilidades fiscales y regulatorias de los operadores formales deben ser perseguidos y excluidos de la actividad. O, alternativamente, la normativa debe ser adaptada por igual para todos", José A. Herce, director asociado de Analistas Financieros Internacionales (2017): "El turismo se reinventa", *El País*, 2 de agosto.

12 . Disponible en https://www.elconfidencial.com/mundo/2017-10-17/en-amsterdam-no-caben-mas-turistas_1461632/

13 . "El turismo español lleva tiempo beneficiándose de la calamitosa dualidad laboral que se ha instalado en nuestro mercado de trabajo desde hace décadas, aunque no es el único sector que lo hace. Debe comprender, como ya lo hacen algunos de sus operadores más avanzados, que la depreciación general del recurso humano degrada también el servicio y la imagen de marca del sector y que los turistas, con el tiempo, no pagarán por ello, ni siquiera las excelentes ofertas que el sector es capaz de generar" (Herce, 2017).

14 . “El objetivo último del Plan Nacional de Ciudades Inteligentes es contribuir al desarrollo económico, ‘maximizando el impacto de las políticas públicas en TIC para mejorar la productividad y la competitividad; y transformar y modernizar la economía y la sociedad española mediante un uso eficaz e intensivo de las TIC por la ciudadanía, empresas y Administraciones’, según recoge la Agenda Digital para España; contribuyendo con ello a conseguir que el peso del sector industrial en el PIB español sea del 20%, según queda recogido en el Programa Nacional de Reformas (PNR) del 2014 y en la Agenda para el Fortalecimiento del Sector Industrial en España”, PNCI. Cuenta con 188 millones de euros.

15 . “Las normas técnicas son documentos que contienen el consenso del mercado sobre las buenas prácticas a la hora de abordar cuestiones clave para la competitividad de las organizaciones. Se trata de una herramienta esencial para introducirse en un nuevo mercado o proceso, eliminando la incertidumbre empresarial. La Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), a través de su Comité Técnico de Normalización sobre Ciudades Inteligentes (AEN/CTN 178), ha publicado cinco nuevas normas sobre ciudades inteligentes: la UNE 178501, que indica los requisitos para desarrollar un sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes; la 178201, que establece la definición, atributos y requisitos para poder considerar una ciudad inteligente; la 178202, que establece los indicadores de gestión en base a cuadros de mando; la UNE 178101-3, que define las métricas aplicables a las redes de transporte de las ciudades, y la 178107-6 IN, guía para los sistemas de comunicación por radioenlaces entre varios puntos de una ciudad. De esta forma, ya son 20 las normas publicadas en materia de ciudades inteligentes a las que se suma la recientemente publicada UNE 66182, ‘Guía para la evaluación integral del gobierno municipal y el desarrollo como ciudad inteligente’. Estos documentos han sido elaborados en el Comité Técnico de Normalización de AENOR sobre Ciudades Inteligentes (AEN/CTN 178), promovido por la SETSI (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria, Energía y Turismo)”, AENOR.

16 . Disponible en http://www.ticbeat.com/innovacion/smart-cities-estas-son- las-8-ciudades-mas-inteligentes-de-espana/

17 . *The New York Times* recomienda viajar a Málaga en 2016, véase http://www.themalagueta.com/2016/05/the-new-york-times-recomienda-viajar-la.html

18 . Disponible en https://www.toursinmalaga.com/en/fitur-2017/

19 . CIEDES se funda en 1994 como organización privada sin ánimo de lucro. Desarrolló el I Plan Estratégico de Málaga (I PEM) en 1992 y se aprueba en 1996. Cuenta con cinco líneas estratégicas y 194 proyectos, para el centro de la ciudad muchos de ellos. Después de la Evaluación del I PEM, en 2000, el II PEM se aprueba en 2006 con 10 proyectos estrella, 10 hechos estructurantes y 71 retos en cinco áreas: Economía, Territorio, Sociedad, Medio Ambiente y Gobierno. A finales de 2017 se ha hecho una revisión de los objetivos para 2020.

20 . El II Plan Estratégico de Málaga desarrolla los siguientes proyectos: "Mar y Metrópoli, Puerto y fachada litoral integrada"; "Ágora Mediterráneo, la ciudad como espacio de cultura"; "Málaga Innov@, una ciudad para el conocimiento y la innovación"; "Metrópoli aeroportuaria: Málaga, vértice del transporte internacional"; "Integración urbana del 'Guadalmedina', el nuevo espacio que une a los malagueños"; "Málaga Tur. Capital de turismo cultural urbano"; "Málaga y la movilidad metropolitana"; "Málaga, ciudad solidaria"; "Málaga, una ciudad que se enriquece con la diversidad cultural"; y "Málaga y la gobernanza local".

21 . La emigración por la crisis supera a la de los sesenta. Disponible en http://www.diariosur.es/20130908/local/malaga/emigracion-crisis-supera-20130908 0223.html Véase también http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/17/publicaciones/Emigracion%20jovenes_0.pdf

22 . Disponible en http://www.lavanguardia.com/politica/20160329/40732966261/ el-eje-cordoba-malaga-granada-sevilla-mira-al-mercado-asiatico-y-de- oriente.html

23 . Disponible en http://www.levante-emv.com/opinion/2017/05/31/vision-integral-areas-industriales-mediterraneo/1573969.html

24 . Objetivos finales RIS3 2020: situar el gasto en I+D+i respecto al PIB en un 2,2%; conseguir que el sector privado represente el 50% del gasto en I+D+i; aumentar la intensidad de la innovación en las empresas innovadoras en un 20%; incrementar el número de personas dedicadas a la investigación en un 20%; duplicar el número de empresas innovadoras y el importe del gasto dedicado por ellas a innovación; aumentar en un 50% el número de patentes; conseguir que las actividades de media y alta tecnología eleven su VAB un 50%; lograr que las exportaciones de bienes y servicios de actividades de media y alta tecnología sean superiores en un 60%; alcanzar el 100% de cobertura de banda ancha rápida y el 50% de los hogares con conexiones por encima de 100 Mbps; lograr que el 40% de las empresas andaluzas se incorporen al mercado digital; conseguir que un 85% de la población haya incorporado el uso habitual de internet en su vida personal y profesional; lograr que el 40% de la ciudadanía y el 100% de las empresas interactúen con la Administración a través de internet.

25 . "El policentrismo parece consolidarse como un elemento imprescindible de la ordenación territorial, como herramienta para la planificación, como forma de estructura urbana, como objetivo de las políticas socioeconómicas. Se trata de una apuesta por un desarrollo territorial equilibrado y una mayor cohesión territorial. Se mide en términos de intensidad de las relaciones (intercambios de trabajo, capital, productos, servicios, ideas, etc.) entre los espacios considerados. A nivel regional y local, el policentrismo ocurre cuando dos o más ciudades tienen funciones que se complementan entre sí. Las ciudades cooperan entre ellas en orden de poder actuar conjuntamente como una ciudad mayor", disponible en http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/spain_2014_2020/spain2014_urban_final_report_es.pdf

26 . Disponible en http://malagamarruecos.com/

27 . Disponible en http://www.scielo.org.co/pdf/apl/v26n2/v26n2a6.pdf

28 . "Es fundamental esbozar un nuevo ideario demócrata de la teoría de la ciudad y de la democracia urbana, contra la economía de casino, que da lugar a las ciudades caóticas del capitalismo salvaje y deja hundidas las aspiraciones de millones de personas por la belleza y la dignidad, por la construcción simbólica de su espacio cotidiano. Sin teoría no hay discurso, sin discurso no hay proyecto y sin proyecto no hay estrategia. La corrupción es fea. La pobreza es fea. La democracia es bella. Grecia está en la mente de todos. Para una nueva estrategia democrática de las ciudades españolas, hay que profundizar en nuevas reformas democráticas de las estructuras urbanas. El futuro está por pensar, por limpiar y sanear, pero lo tenemos que pensar entre todos. Ni los estados, ni la UE, ni la OCDE, ni siquiera la ONU nos deben dictar por sí solos lo que solo nosotros sabemos que tenemos que hacer. La inteligencia para seguir los caminos más rápidos ha de combinarse con la solidaridad hacia las poblaciones más vulnerables y hacia los barrios más excluidos, invirtiendo la tendencia a dejarlos a su suerte", Hernández Pezzi (2017).

29 . Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Dulce_o_truco y http://www.taringa.net/posts/info/7923034/Porque-se-dice-Truco-o-Trato-en-Halloween.html
Originalmente, el Truco o Trato (en inglés, Trick or Treat, una leyenda popular de origen céltico según la cual no solo los espíritus de los difuntos eran libres de vagar por la tierra la noche de Halloween, sino toda clase de entes procedentes de todos los reinos espirituales. Entre ellos, había uno terriblemente malévolo que deambulaba por pueblos y aldeas, yendo de casa en casa pidiendo precisamente "truco o trato". La leyenda asegura que lo mejor era hacer trato, sin importar el costo que este tuviera, pues de no pactar con este espíritu (que recibiría el nombre de Jack O'Lantern, con el que se conocen a las tradicionales calabazas de Halloween), él usaría sus poderes para hacer "truco", que consistiría en maldecir la casa y a sus habitantes, dándoles toda clase de infortunios y maldiciones, como enfermar a la familia, matar al ganado con pestes o hasta quemar la propia vivienda. Como protección, surgió la idea de crear en las calabazas formas horrendas, para así evitar encontrarse con dicho espectro (y con el tiempo, debido a la asociación mental entre el espíritu y las calabazas, el nombre de este sería dado a ellas, que es como son conocidas hoy día cuando llega esta fiesta). Realmente, aunque se ha generalizado la traducción "truco" en castellano por el inglés *trick* y "trato" literalmente por *treat*, en el caso del *trick-or-treating* no se trata de un truco propiamente dicho, sino más bien de un susto o una broma, por lo que una traducción más exacta sería por ejemplo "dulce o susto".

30 . Disponible en https://www.elconfidencial.com/vivienda/2017-06-14/tinsa-recuperacion-inmobiliaria-costa-vivienda-vacacional-casa-de-la-playa_1397891/

31 . Disponible en http://www.laopiniondemalaga.es/turismo/2017/07/13/aeropuerto-malaga-gana-millon-viajeros/943694.html

32 . Disponible en: http://www.laopiniondemalaga.es/turismo/2017/11/14/malaga-consolida-destino-urbano-lider/967689.html

TÍTULOS PUBLICADOS

11. *Guía para estudiantes de arquitectura. Consejos para el proyecto* José María García del Monte

10. *Cineastas y arquitectos*
Manuel García Roig

9. *La suspensión del tiempo. Diario de un arquitecto*
Alberto Campo Baeza

8. *Espacio y movilidad. La arquitectura de los desplazamientos*
Francesc X. Ventura

7. *Tres sistemas arquitectónicos. Patios, partes y forma compacta*
Antón Capitel

6. *La arquitectura a través del juego*
Anabel Varona y Carlos Arruti

5. *¿Para que servimos los arquitectos?*
Ricardo Aroca

4. *Más vivienda por menos*
Anna Bach y Eugeni Bach

3. *Guía emocional del autopromotor. Información privilegiada para hacerse una casa*
Juli Llueca

2. *Cuando los arquitectos eran dioses*
Pedro Azara

1. *Quiero ser arquitecto*
Alberto Campo Baeza

FUNDACIÓN ARQUIA

La Fundación Arquia es una entidad cultural privada sin ánimo de lucro creada por Arquia Banca en 1990, con el objetivo de promover y fomentar fines de carácter cultural, social, asistencial, profesional y formativo en el campo de la arquitectura, la construcción, el diseño, el urbanismo y, en general, de todo aquello relacionado con la profesión de los arquitectos.

Entre las actividades principales de la fundación desde su constitución cabe destacar la edición de materiales en diferentes formatos (libros, blogs, DVD) a través de colecciones como arquia/tesis, arquia/temas, la cimbra, arquia/e-temas, arquia/maestros o arquia/ documental; la convocatoria de diferentes concursos para la concesión de becas y la publicación de tesis doctorales; la gratuidad de programas culturales como la filmoteca, filmografía y descarga de libros; y otras actividades como premios y exposiciones.

Esta colección, editada conjuntamente con Los Libros de la Catarata, se integra dentro de las actividades de la institución.